المتحدث الرسمي

تأليف

أ. د. رفعت الضبع

رئيس قسم الاعلام التربوى - جامعة طنطا
عضو بمجلس امناء اتحاد الاذاعة والتليفزيون
خبير الاتيكيت والبروتوكول الدولى
مؤسس علوم الاعلام النوعي
مستشار بمجلس الشعب



المتحدث الرسمي

الدكتور

رفعت عارف الضبع

رئيس قسم الإعلام التربوي بجامعة طنطا

رئيس الاتحاد الدولي للاتيكيت

مستشار برلماني ومدرب دولي معتمد

مؤسس علوم الإعلام النوعي

عضو بمجلس أمناء الإذاعة والتليفزيون

الكتـــــاب	:	**المتحدث الرسمي**
المؤلـــــف	:	**رفعت عارف الضبع**
الناشـــــر	:	شركة ليدرز للنشر والتوزيع
المقـــاس	:	١٧ X ٢٤
عدد الصفحات	:	٢٣٠
رقم الإيــداع	:	٢٠١٢/١٥٨٤٠
الترقيم الدولى	:	٩٧٨-٩٧٧-٥٢١٢-٠٥-٤

شركة ليدرز للنشر والتوزيع

٦ شارع محمود حافظ مكتب ٦٠٤

ميدان سفير – مصر الجديدة

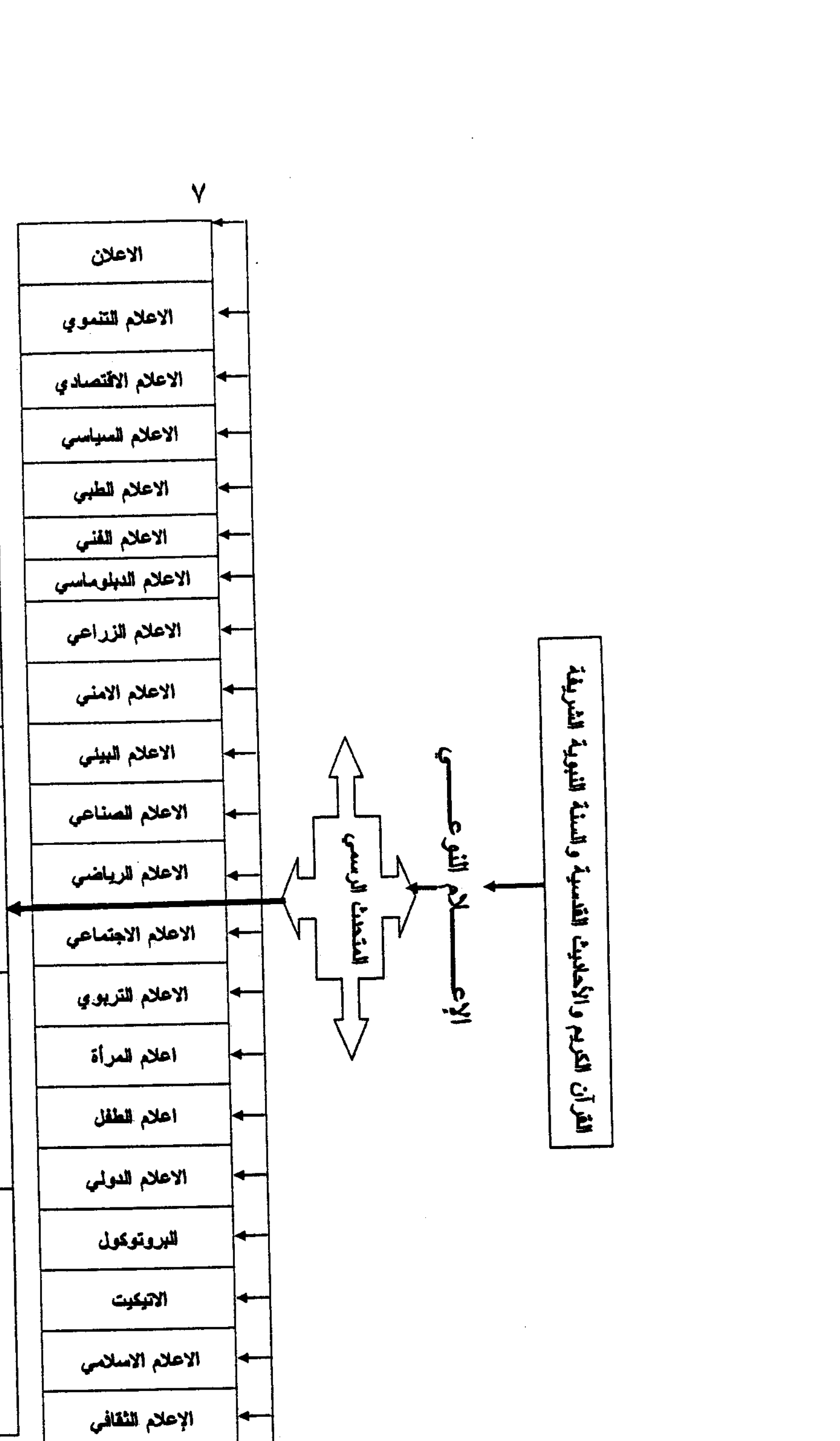
☎ ٢٦٣٥٩٣٩٨

إهـــــداء وشكر

إلـــــى روح أمـــــي الحبيبـــة رحمـــــه الله عليـــــه والمـــــسلمين
وإلـــــى روح أبـــــي رحمـــــه الله عليـــــه والمـــــسلمين
وإلى نجلي " محمد " وذريتي وآل الضبع بجمهورية مصر العربيـــة وآل جهينـــة
والشهداء الكرام وقبيلة جهينة بالمدنية النبوية المشرفة بالمملكة العربية الـــسعودية
ومصر والسودان والعالم العربي إلى كل من علمني أو تعلم أو سيتعلم مني إلى كل
إعلامي إسلامي ونوعي وأمني وتربوي واجتماعي وباحث ومتخـــصص وكاتـــب
وصحفي وناشر ومؤلف إلى كل مؤثر في حاضرنا ومستقبلنا إلى امتنا الإســـلامية
والعربية العزيزة أهدى هذا الكتاب عسي أن يجعل الله تعالي منه نبراساً يضئ لنـــا
الطريق نحو مستقبل أفضل إن شاء الله في ميزان حسناتنا . وأن يغفر الله تعالي لنا
ولموتانا والمسلمين ذنوبنا وأن يجمعنا مع الأنبياء والـــصديقين والـــشهداء جميعـــاً
بالفردوس الأعلى وأن يحقق لنا السعادة في الدنيا ونشكر كل من تعاون معي فـــي
إعداد وإخراج ونشر وتوزيع والاستفادة من هذا المؤلف.

المؤلف

الفهـــــــــــرس


القرآن الكريم والأحاديث القدسية والسنة النبوية الشريفة
الإعـــلام النوعـــي
المتخصص الرسمي
الاعلان
الاعلام التنموي
الاعلام الاقتصادي
الاعلام السياسي
الاعلام الطبي
الاعلام الفني
الاعلام الدبلوماسي
الاعلام الزراعي
الاعلام الامني
الاعلام البيئي
الاعلام الصناعي
الاعلام الرياضي
الاعلام الاجتماعي
الاعلام التربوي
اعلام المرأة
اعلام الطفل
الاعلام الدولي
البروتوكول
الاتيكيت
الاعلام الاسلامي
الإعلام الثقافي
الاعلام البرلماني

مقدمة:

الحمد لله الذي وفقني في إعداد هذا المؤلف الذي يعد الأول من نوعه لتأصيل علم جديد يسمي علم المتحدث الرسمي وهذا العلم ينطلق من القرآن الكريم والأديان السماوية والسنّة النبوية الشريفة ويعد إضافة إلى علوم الإعلام النوعي ، والذي هداني الله تعالي إلى تأسيسها عام ١٩٨٩م ، وتأصيله مع فروعه الأخرى من خلال المؤلفات العلمية المحكمة والمنشورة على مستوى العالم وهي (الإعلام التربوي تأصيله وتحصيله والصحافة التربوية والتليفزيون النوعي والمتحدث الرسمي والخبر والسيناريو والحملات الإعلامية والبروتوكول والإعلام في الإسلام والأتيكيت والعلاقات العامة) بالإضافة إلى مؤلفات عن الإعلان وإدارة الأزمات والمرأة بين الإسلام والسياسة ، وذلك بعد أن شاركت بجهود كبيرة في تأسيس تسع كليات للتربوية النوعية تضم شعب وأقسام علمية للصحافة والإذاعة والتليفزيون والمسرح كعلوم جديدة لأول مرة على مستوى العالم وبالجهود الذاتية في مصر ، بالإضافة إلى المشاركة في تأسيس بعض المعاهد والأكاديميات والجامعة الخاصة والصحف والمجلات والدوريات والاستضافة بالبرامج التليفزيونية والإذاعية وفي تدريب القيادات الإعلامية وفي مجالات والبروتوكول وإدارة الأزمات والإقناع وتحكيم المهرجانات الدولية وفي العمل الاجتماعي .

وأحسست أنه من الضروري أن أتوصل إلى تلك العلوم الجديدة بصفة عامة ، وعلم المتحدث الرسمي بصفة خاصة بعد أن تفاقمت المشكلات الاجتماعية مثل الأمية والإدمان والتطرف والتلوث والغش والتصدع الأسرع والطلاق والبطالة والإرهاب والكذب والسرقة والانفلات الأخلاقي والأمني والعنوسة والتجسس وعدم الانتماء والولاء وأصبحت بعض المجتمعات تئن من صعوبة الحياة ، بالإضافة إلى أن النظريات العلمية لعلوم الاتصال لم تتمكن من تحقيق فروضها بعض المتغيرات الأساسية والاقتصادية والاجتماعية التي طرأت على العالم ، مثل ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م المجيدة وثورات الربيع العربي كما أن التقدم في وسائل الاتصالات التي قاربت بين أطراف العالم الجغرافية ، حتى أصبح العالم كله بمثابة قرية إلكترونية صغيرة تتقارب أطرافها بفعل سرعة الاتصالات

الفضائية وتعددت وتخصصت وتنوعت وسائل الإعلام كما زاد عدد المحتاجين إلى علم ونظريات المتحدث الرسمي .

ومن كل ما سبق كان من واجبي أن أشارك في التصدي لمشكلات المجتمع الدولي ككل والغيرة على مهنة المتحدث الرسمي التي أتشرف العمل بها أحياناً فاجتهدت للتوصل إلى علم المتحدث الرسمي لتقديم علماً جديداً صادقاً وهدفاً ليشارك في علاج مشكلات المجتمع وينهض به ويتصدي للفلسفات المدمرة ويهدف إلى تحصين وتقوية عزيمة الشباب وترسيخ الرسالات السماوية ومحاربة الرذيلة والدعوة إلى الفضيلة وإعداد خريجين في تخصصات بينية جديدة للوفاء بحاجة المجتمعات العربية والإسلامية من تلك التخصصات ليقدموا للمجتمع نموذجاً لعلم المتحدث الرسمي الخالي من الشوائب والذي يعمل على اكتشاف المواهب والمهارات وتنميتها لتحقيق الأهداف التربوية السلمية والعمل على رفاهية المجتمع وتحقيق الأمن والاطمئنان والمحبة والتعاون والسلام والسعادة والرفاهية لبني الإنسان .

وهذا المؤلف يؤصل علماً جديداً يسمي المتحدث الرسمي من خلال ما جاء بالقرآن الكريم والأحاديث القدسية والنبوية الشريفة ، وتم لأول مرة على مستوى العالم وضع مفهوماً جديداً للمتحدث الرسمي وفلسفة جديدة وأهداف وأغراض ومبادئ وخطط وأدوار ومواصفات ومهام وتدريبات ولوائح واستثمارات جديدة ومجالات وفوائد ونظريات التي يمكنها التعامل مع التطورات العلمية والمتغيرات العالمية الحديثة ، أي كل أركان العالم الجديد الذي يجسد مواثيق الشرف العلمية ويحقق إضافة علمية للمكتبات العالمية ويدعم الإبداع والابتكار في شتى المجالات الإنسانية

ويشتمل هذا المؤلف على خمسة فصول ، واستعان الباحث بمراجع وصل عددها واحد وتسعون مرجعاعربي وأجنبي تقريباً

قال تعالى : (إِنۡ أُرِيدُ إِلَّا ٱلۡإِصۡلَٰحَ مَا ٱسۡتَطَعۡتُۚ وَمَا تَوۡفِيقِيٓ إِلَّا بِٱللَّهِۚ عَلَيۡهِ تَوَكَّلۡتُ وَإِلَيۡهِ أُنِيبُ ﴿٨٨﴾) هود : ٨٨

المؤلف الدكتور / رفعت عارف الضبع

الفصل الأول

التأصيل النظري للمتحدث الرسمي

١- مقدمة
٢- مفهوم المتحدث الرسمي
٣- فلسفة المتحدث الرسمي
٤- مهام المتحدث الرسمي
٥- استراتيجية المتحدث الرسمي
٦- القواعد الذهبية الأربعة
٧- الخلاصة
٨- ما تفعله وما لا تفعله مع وسائل الاعلام
٩- الضغوط التي يتعرض لها المتحدث الرسمي
١٠- واجبات المتحدث الرسمي

مقدمة

قد يطلق عليه اسم المتحدث الاعلامي أو الرسمي أو الناطق الإعلامي وكلها ينطبق عليها نفس المعنى، فالمتحدث الرسمي تعبير ومصطلح تجده في رئاسة الدولة والوزراء والمجالس النيابية والوزارات تسمع أن هذا هو المتحدث الرسمي باسم الرئاسة أو المتحدث الرسمي باسم مجلس الوزراء أو المتحدث الرسمي باسم وزارة الزراعة أو وزارة التعليم وهو تعبير منتشر ، وهو تعبير مسئول لأنه رسمي ليس تبرعاً ولا متطوعاً ولا مجتهداً ، بل هو شخص يحضر اجتماعاتهم بصورة رسمية ، ويصوغ ما اتفقوا عليه من المعانى وينقلها ، وهو مصدر ثقة عند الناس ، وكذا الحال في الشئون الدولية ، فلكل دولة أو مؤسسة أو جماعة متحدث رسمي باسمها .

أولا : مفهوم المتحدث الرسمي :

تعددت التعريفات المختلفة للناطق الإعلامي ولكن يمكنني سرد أهم تعريفات المتحدث الإعلامي وفقاً لنماذج بحثية مختلفة بإعتبار أن هذا المؤلف ينظر للمتحدث الإعلامي نظرة شمولية وسنحاول رصد هذه المفاهيم وفقاً للنماذج التى تم اختيارها على اعتبار أنها الأفضل لتوضيح هذا المفهوم .

١. مفهوم المتحدث الإعلامي في إطار نموذج " Advocate " المحامى أو الشفيع :

إن دور المحامى هو الدور الفعلى للمتحدث الإعلامي أولاً يتطلب حرفية إلا أنه مهنية عالية للحفاظ على استقلاليته ولمعرفة حدوده وامكانياته ، خاصة أنه من الطبيعي كما يري الباحثون أن تكون هناك موانع قوية من ممارسة هذا النموذج المهنى ، لأن المتحدث الرسمي كقائم بالاتصال ليس لدية الوقت والموارد الكافية للقيام بتحرياتهم على الوجه الأكمل في إطار هذا النموذج إلا أن هذا لا يمنع من التفوق واكتساب خبرات واسعة .

وقد أكدت دراسات أخري أن القائم بالاتصال المحترف يجب أن يحسب عامل المجازفة في فرض قناعاته الشخصية في رسائلة .

٢. مفهوم المتحدث الإعلامي كمصدر للرسالة الاتصالية " Resource "

هذا المفهوم مرتبط إلى حد ما بنموذج " حارس البوابة " وذلك بإعتبار أن نموذج حراسة البوابة مع كل شخص في النظام الاجتماعى ممكن أن يعمل كمحفز للآخرين ، والبوابة باعتبارها نقطة قرار من والى تتضمن مختارات من بين عدد كبير من الرسائل ، وكثيراً ما يقابل اختيار الرسالة الواحدة عدة بوابات وعدة قرارات ، وهنا من الممكن أن تلعب عملية الاختيار عمل مصدر معلومات ، وذلك لأن طبيعة الاختيار من الممكن أن تؤثر على ما حدث للرسالة في لحظة اختيارها نتيجة للقوي حول البوابات .

ويرجع بعض الباحثون دوافع اعتبارهم المتحدث الرسمي كقائم بالاتصال مصدر الرسالة الاتصالية ليس بسبب مسئوليته عن استقبالها وجمعها ، ولكن بسبب مسئوليته عن اختيارها ، وهو الأمر الذي يمكن أن ينطبق إلى حد كبير على المتحدث الإعلامي وذلك لأن مسئوليته الأساسية هي اختيار الرسالة كمصدر لها فهو الذي يدعو إلى انعقاد مؤتمر صحفي أو غيره مع سياسات الجهة التى يعمل لها

ثانيا : المتحدث الرسمي :

تعريفه :

وأقرب تعريف له بأنه المذيع نظرا للتشابه الكبير في طبيعة العمل والمهنة ومواثيق الشرف في لغتنا العربية وردت الإشارة إلي كلمة مذيع مرتبطة بالفعل أي العمل الذي يؤديه والوظيفة التي يقوم بها فكلمة " مذيع " هي اسم الفاعل من " أذاع " وهي تعني " الذيع " والمصدر " إذاعة " أي الانتشار أو النشر أو إعلان ما كان خافياً أو غير معروف فالمذيع هو أن يشيع الأمر وأذاعت بالأمر إذا أفشيته وأظهرته وأذاع الخير أي فشا وانتشر وعلي ذلك يكون المتحدث الرسمي وفقا لهذا الأساس اللغوي هو الشخص الذي يحترف نقل وتقديم المعلومات بصوته إلي الجماهير بواسطة الإذاعة أي الراديو والتليفزيون والصحف والندوة والمؤتمر الصحفي وبطريقة تخضع لمواصفات معينة

وهنا التعريف يشتمل علي العناصر التالية :-

١. إنه عمل يقوم علي نقل وتقديم المعلومات بالصوت والصورة والكتابة والاتصال المباشر .
٢. الاحتراف بمعني أن يكون هذا العمل هو الوظيفة والحرفة والعمل الذي يؤديه الشخص.

٣. أن يتم هذا العمل من خلال الإذاعة (الراديو أو التليفزيون) والصحافة والاتصال المباشر
٤. أن تخضع عملية نقل المعلومات صوتيا لمواصفات معينة هي التي تفرق بين عمل المتحدث الرسمي " Announcer " وكلا من الممثل – الواعظ – الخطيب.

فالمتحدث الرسمي في الإذاعة المسموعة هو حلقة الإيضاح التي تربط بين الإذاعة والجمهور وبدونه لا يكون هناك سوي الصمت أو الشوشرة التي لا تعني شيئاً وهو صوت الإذاعة المميز انه وسيلتها إلي توصيل رسالتها والاتصال بجماهيرها المستهدفة وهؤلاء لا يتعرفون علي الإذاعة إلا من خلال أصوات مذيعها وما يقدمونه من نشرات أخبارية – مقابلات – ندوات موسيقي – أحاديث وغيرها.

والمتحدث الرسمي شخصية كاريزمية " Charismatic " أي أنه شخصية مبدعة موهوبة Talented موهبة إلهية لا تصنع والموهوبة حقيقة صفة لابد من توافرها لدي المذيع فإن الصوت العذب موهبة والقدرة علي الإبداع موهبة والمتحدث الرسمي هو ذلك الشخص الذي يتحدث إلي جمهور من خلال أجهزة الإرسال الإلكترونية لإحدى محطات الراديو والتليفزيون وعبر موجات عامة " Publicwaves " إلا أن هذا التعرف بعد تعريفا عاما ولا يمكن أن يقدم وصفا دقيقا للأعمال المتخصصة للمتحدث الرسمي فهناك المذيع :

كقاريء النشرة	New scaster
المتحدث الرسمي الرئيسي (الربط)	Anchorman
المتحدث الرسمي للعرض الاخباري	Reporters
المتحدث الرسمي كمعلق (راوية)	Narrator
المتحدث الرسمي كمعلق (سياسي)	Commentater
المتحدث الرسمي كمعلق رياضي	Sportcastor
المتحدث الرسمي كمعلق فني	Disk jockey
المتحدث الرسمي كمحاور في البرامج	Intorviewer
المتحدث الرسمي كمذيع للإعلانات	Commercials annowncer

ثالثا : فلسفة المتحدث الرسمي

الناطق الاعلامي باسم المؤسسة

رابعا : مهام المتحدث الإعلامي :

لنبدأ بإلقاء نظرة سريعة على مهام الناطق الإعلامي .

- توضيح مواقف وقرارات الجهة التى يمثلها .
- الدفاع عن الجهة التى ينطق باسمها سواء كانت حكومة أو منظمة أو حزب أو رئيس .
- توضيح فوائد القرارات والمواقف التى اتخذتها الجهة التى يمثلها .
- اقناع الجمهور بتبنى هذه القرارات والعمل بها .
- الرد على المعلومات المغلوطة وتفسير المعلومات الموجودة .
- تسهيل عمل الصحفيين لنقل أخبار ومواقف الجهة التى ينطق باسمها .
- كتابة البيانات والأخبار وتوزيعها .
- تنظيم العلاقة بين الجهة التى ينطق باسمها والأجسام الصحفية .
- الاسهام في التخطيط الإعلامي للحملات الدعائية .
- نقل احتياجات الصحفيين إلى المسئولين في الإدارة .
- جمع المعلومات لوسائل الإعلامي وتوفيرها .
- الدفاع عن إرادته وقراراتها أمام وسائل الإعلام .

استراتيجية المتحدث الرسمي :-

أنا أميل دائماً إلى توضيح المسألة عبر شكل الدائرة حيث يكون مركزها الناطق الرسمي وحدودها مدي البث الذي استطيع الوصول إلية هل الدائرة كبيرة ؟ هل أريد تغطيتها تغطية واسعة تصل إلى الأطراف ؟ أم أريد تغطيتها بشكل عميق يركز على البؤر ؟ من هم الموجودون داخل الدائرة ؟ ماذا أعرف عنهم وعن توجهاتهم ؟ ما هى الطريقة الأنسب للتأثير فيهم ؟ (المستهدفون)

مهما كانت الطريقة وشكل الخطاب ولغته أو أسلوبه من قبيل اللجوء للأمثلة التاريخية أو الاستشهاد بالأمثال وأقوال الحكمة أو الآيات القرآنية والأحاديث مهما كان شكل وغلاف الخطاب .

خامسا : القواعد الذهبية الأربع :- نصائح لمهام المتحدث الرسمي

(١) دقة دون دخول فى تفاصيل كثيرة غير مهمة .

(٢) ايجاز مناسب ولكن لا يخفي معلومات أساسية .

(٣) وضوح ولكن دون تشعب يضيع القضية الرئيسية ويدخلنا فى متاهات .

(٤) سرعة فى التصرف والادلاء بالموقف أو الخبر أو اعطاء التعقيب وليس سرعة أثناء الحديث .

* رسالة قصيرة sms بكبسة واحدة من هاتفك المحمول وستكون موجودة عند عدد كبير من الصحفيين العاملين للوكالات الرئيسية والفضائيات الإخبارية والمواقع التى تبث رسائل اخبارية قصيرة للمشتركين عبر الجوال ثم بعد ذلك لبقية الصحف والمحطات غير الاخبارية. هذه الرسالة القصيرة يمكن أن ترسل بالبريد الالكتروني والبعض لديه هذه الخدمة على جواله فإن لم يملكها فإنه يستطيع الايعاز إلى أحد مساعديه بارسالها من المكتب لأن عليه فى اللحظات التواجد اما فى موقع الحدث أو بجوار أكبر تجمع للصحفيين حتى يكون متاحاً وجاهزاً.

* الحدث هو أجندة مفروضة وعلى الناطق أن يتعامل معها وبسرعة ولكن ماذا عن الاجندات التى نريد فرضها نحن إنجازات الثورة ، حملة قبيلة قانون معين ، اظهار شخص معين ، شرح الموازنة واقناع الناس بها، لنجاح فرض أى موضوع على أجندة وسائل الإعلام يجب أن يكون مهماً جديداً جرئياً فنياً .

* لا تحاول فرض موضوع غير مهم ، لن تنجح مهما استخدمت من أدوات ، الموضوع مهم لأن الناس تهتم به وليس لأنك ترغب بإثارته ، وإذا كان لابد من إثارته فابدأ بدواعى وأسباب ذلك واستعن بمخاطر عدم إثارته ان كانت هناك مخاطر جديدة فالمواضيع المكررة مملة جداً ولكن بعض القضايا تحمل صفة التجدد أو الديمومة ولذلك ينبغي البحث عن زوايا جيدة لمعالجتها .

* كن جريئاً وفنياً فالناس تعرف الكثير ولست المصدر الوحيد للمعلومة وان تكن جرئياً فغيرك سيحمل هذه الصفة وسيكون أقرب إلى الجمهور فنياً بمعنى أن يجري تقديم المعلومات أو التعقيب بطريقة فنية وجودة عالية صورة وصوتاً وخطاً وشكلاً

وبمظهر لائق ودون انفعال وأيضاً دون برود لا تبد محتداً أو غير مكترث تحدث بجدية تتناسب وأهمية الموضوع .

* إذا كان الموضوع مفروضاً على الأجندة فان وسائل الإعلام ستسعي ورائك ولن يكون عليك سوي احسان الخطاب وتوجيه وتجنيد الحدث نحو الوجهة التى تريدها ولكن كيف يمكن تجنيد الانترنت في خدمة مساعينا لفرض موضوع معين على الأجندة الإعلامية .

- استغلال اى خبر حول الموضوع ودفعة إلى الواجهة عبر ارساله باشكال متعددة وعناوين متنوعة إلى عدد كبير من الصحف والمواقع.
- إنسانية الموضوع بحيث يجري تداوله عبر مثال بشري حي وتوزيع أرقام هواتف أو عناوين حالات آخري على الصحفيين كعائلات متضررة .
- يمكننا اثارة نقاش حول الموضوع عبر المنتديات وما أكثرها.
- تزويد مواقع الانترنت باحصائيات تثبت أن هذه الحالة متكررة
- استخدام صور مؤثرة حول الموضوع عبر الفيسبوك أو اليو تيوب.
- استخراج أى نصوص من القانون الدولى أو دستورنا تتعلق بالمسألة المثارة .

فهذا الترتيب التصاعدى لاثارة قضية معينة مهم

اقنع اداً ما من كتاب الرأى بالكتابة حول الموضوع مسبقاً .

* ويستكمل بعد ذلك بالدعوة لمؤتمر صحفي وطرح مواقف أو مسودة قانون أو مبادرة أو إجراءات

* للدعوة لمؤتمر صحافي نحتاج دعوات تشتمل على الموضوع واجعله دافعاً للاهتمام ولكن بدون مبالغة قد تعود سلبياً عليك في المرات القادمة اعلان اسم او اسماء المتحدثين فى المؤتمر الصحافي مع مناصبهم وان كانوا غير معروفين فمن الأفضل ذكر نبذة عنهم وعن مدي تخصصهم بالموضوع .

* وجه الدعوات مبكراً عبر البريد الالكتروني والفاكس وتأكد من وصولها ضع فى نهاية الدعوة رقم هاتف مخصص للاستفسار أو التأكيد الحضور ذكر من تريد من الصحفيين بموعد المؤتمر عبر الهاتف قبل انعقاده بساعة او ساعتين جدد التأكيد

على أهمية الموضوع قل لهم انك ستوزع وثائق خلال المؤتمر وانه سيكون هناك مجال لطرح أسئلة نبهم إلى مقالات كتبت حول الموضوع .

* مكان سهل معرفته والوصول الية ومجهز بعدد مناسب من الكراسي وأجهزة صوت يجري اختبارها قبل المؤتمر بوقت كافى واضاءة تسهل عمل المصورين ومجمعات كهرباء سهل الوصول إليها تأكد من وجود عد كافى من الميكوفونات مع وجود ميكرفون متنقل لتسهيل توجيه الأسئلة .

* هل هناك داعى للترجمة وهل ستكون فورية أم أن المتحدث سيتحدث باللغتين تباعاً ، هل سيستخدم المتحدث اى أدوات عرض .

* اختر توقيتاً مناسباً بحيث تضمن أن الصحفيين سيكونون قادرين على الحضور ومؤهلين لاعداد تقاريرهم قبل حلول موعد بثها فى أخبار التلفزيون اختر يوماً لا تكثر فيه الأحداث المهمة مثلاً يوم الجمعة يوم عطلة عند الغالبية ولن يتحرك اى صحفى الا لتغطية موضوع بالغ الأهمية.

* على المتحدث فى المؤتمر الدخول إلى القاعة للحديث مباشرة بعد اكتمال العدد أو توفر عدد مناسب وليعتذر أن كان هناك تأخير .

* يجب إعطاء الأولوية للمحطة التى تبث المؤتمر الصحفي على الهواء مباشرة إن وجدت وذلك من خلال تمكين مراسلها من توجيه السؤال الأول إذا كانت هناك محطة تبث المؤتمر الصحفي على الهواء مباشرة فمن الطبيعي أن ينتظر المتحدث اشارة البدء من أحد العاملين لهذه المحطة .

* عندما يكون المؤتمر الصحفي مشتركاً بين مسئولين من بلدين وحسب درجة أهمية المسئولين فان المكتب الصحفى يكون عادة مسئولاً عن اختيار الصحفيين الذين سيواجهون الأسئلة وعادة ما يعطى لوسيلة الإعلام التى ترافق الضيف الزائر أو تتبع بلده ولوسيلة الإعلام الرسمية في البلد المضيف ثم لاى فضائية تبث على الهواء مباشرة للصحفى الحق بتوجيه سؤال واحد فقط وسؤال متابعة إن كان ضرورياً على المتحدث أن يواجه الكاميرا جيداً، أن يتعامل مع الصحفيين بأسمائهم اظهاراً للمودة أن يقلل من حركاته كان يحك انفه أو يفرك أصابعة وأن يعلم ان كل ما سيصدر عنه سيعتبر مادة للنشر .

* لا تقرأ من الورقة فقط استخدم ورقة صغيرة عليها رؤوس أفلام أو عناوين لمحاور الحديث ، لا تطل الحديث ، افتح مجالاً للأسئلة ، وزع الوثائق خلال المؤتمر أو فى بدايته ولا تنتظر حتى نهايته لأن عدد كبير من الصحافيين سيغادر قبل الختام .

* كن إيجابياً ومسئولاً ولا تكتف بتوجيه الانتقادات ولديك حضورا جيداً حتى تزداد ثقتك بنفسك .

* البس ملابس مريحة وأنيقة وابتعد عن الصراعات وقم بعمل بروفة وتوقع أسئلة محرجة وحضر لها اجابات لكى تتفادى اى مفاجآت .

سادسا : الخلاصة

* يجب مراعاة المسائل التالية على الدوام:

- المعرفة حق الجمهور ، ويمكن له أن يعرف من مصادر آخري .
- الجمهور ذكي وهو صاحب مصلحة.
- لست وحدك في الميدان ، والكذب والغموض والتهرب لا يفيدك بل يفيد منافسيك .
- أساس الثقة بالنفس هو القناعة بالموقف ، الثقة تنتقل للجمهور .
- المصداقية هي رأسمال الناطق الاعلامي والصحفي لا تتخلي عنها مهما كانت الظروف ، بإمكانك أن تصمت ولكن ليس بإمكانك أن تذكر أكاذيب الا ان أردت انهاء حياتك المهنية دون مجرد كتاب شكر .
- كن مستعداً دائماً للعمل ، لا تقفل جوالك ولا تتجنب الرد على المكالمات وان كنت مشغولاً فابلغ المتصل أنك ستعود إليه وعد له فعلاً ولا تهمل الرد على بريدك الالكتروني ولو بعبارة بسيطة ، استخدم ورقاً مروسا لا تنسي التاريخ ووقع على الأوراق باستمرار.
- كن دائم الاطلاع والسعي لمزيد من الثقافة .
- حاذر من المصطلحات لا تستخدم مفردات لا تعرف معناها الدقيق ، لا تتحدث بلغات آخري ان كنت لا تجيدها ، توقف فترة لمراجعة النفس والقدرات وتجديد القناعات واختبار مستوي مصداقيتك .
- تجنب ال نحن وال أنا لأن مردودها سلبي .

- تجنب الاغراق في إيراد الأرقام .
- احتفظ بنسخة الكترونية وآخري ورقية لكل الأشخاص الذين تحتاجهم مع أرقامهم وعناوينهم وفاكساتهم ومناصبهم الرسمية .

سابعا : ما تفعله مع وسائل الإعلام :-

- قل الحقيقة دائماً .
- كن صادقاً ودقيقاً لتكسب المصداقية .
- اعترف إذا لم تكن تعرف الجواب ، واعرض الحصول على الجواب وافعل ذلك بأسرع ما يمكن .
- قم بتصحيح الأخطاء على الفور ، أوضح أنك لم تقدم جواباً كافياً وأنك ستعمل على توضيح الأمور .
- تجنب استخدام اللغة المزيفة ، تحدث بلغة واضحة .
- افترض أن كل ما تقوله رسمي وللنشر .
- كن صريحاً قدر الإمكان .
- قم بالاتصال إذا اتضح عدم صحة الخبر .
- أوضح بلطف الخطأ الذي وقع وادعمه بالأدلة .
- احتفظ بقائمة للإنجازات ، قم بتحديثها باستمرار تحدث الأمور بسرعة وقد تنسي ما انجزته أنت والمسئول .
- قم دائماً بالرد على المكالمات الهاتفية ، أو كلف بالرد عليه .
- حاول الحصول على المعلومات التى يريدها الصحفيون .
- حافظ على روح الدعابة .
- قد يطلب البعض مقابلة خاصة على هامش المؤتمر اما أن تلبي طلبات الجميع واما أن تعتذر.
- سجل وقائع المؤتمر الصحفي كاملة ، تابع كيف غطت وسائل الاعلام هذا المؤتمر و أشكر من أجاد في التغطية .
- راجع الصحفي الذى اخطأ ولكن بلطف وطالبه بالتصحيح وان رفض فألجأ إلى رئيسه ولكن ان كان التصحيح سيفتح باب التأويل و التفسير فتجنب ذلك واكتف بالعتاب .

ثامنا : مـا لا تفعله مع وسائل الإعـلام

- لا تكذب أبداً .
- لا تقـل " لا تعليق " أبداً .
- لا ترتجل ، ولا تخمن .
- لا تدل بتعليق " لعدم النشر " بعد أن تكون قد أدليت بـه.
- لا تكن غير متجاوب .
- لا تصنع أخباراً ما لم تكن لديك معلومات .
- تراجع أو صحح الخطأ ، والمسئولون الجيدون يفعلونـه .

تاسعا : الضغوط التى يتعرض لـها المتحدث الرسمي كقائم بـالاتصال :

أن المتحدث الاعلامي بإعتباره القائم بالاتصـال سواء كـان حارسـاً للبوابـة أو مبدعاً ، أو محامياً ، أويتعرض لضغوط تؤثر كثيراً على عمله وأدائه.

هذه الضغوط لا يمكن تجاهلها أو التقليل منها أثناء الحديث عن القائم بالاتصال في أى وسيلة اتصالية ، وفى إطار ذلك لابد من الخوض في الضغوط التى يتعرض لها القائم بالاتصـال وتأثير ها على عمله .

ولقد بينت بعض البحوث أن المتحدث الإعلامي فى كونه القائم بالاتـصال يمثـل هـدفاً للـضغوط المختلفـة خـصوصاً فـى دول العـالم الثالـث ، وهـذا يرجـع لوضـعيته فـي النظـام الاتـصالي وأهميتـه الوظيفـة التـى يقوم بهـا فـى هـذا الإطـار ، وتختلـف هـذه الـضغوط بـاختلاف مـصادر ها ، وتتمثـل الـضغوط التـى يتعـرض لهـا القائم بـالاتصـال فـى نوعين :

(١) عوامـــل خارجيـة

- السلطـة السياسية .
- الجمهـــور .
- نظـام المجتمـع .
- النقـــاد .

(٢) عوامـــل داخليـة

- ضغوط سياسة المؤسسة .
- ضغـوط الإنتـاج .

- الضغوط المهنية .
- ضغوط شخصية وأهمها ميوله واتجاهاته ومدى إمكانية تعبيره عنها .
- ضغوط المصادر.

وهذه الضغوط مجتمعة أو متفرقة رغم عدم تشابهها وتضاربها تؤثر على عملية الاتصال ، وتؤثر أيضاً على نوعية الحقائق والوقائع التى من حق المجتمع والجمهور أن يكون على علم بها .

وفيما يخص الضغوط الواقعة على القائمين بالاتصال من قيم المجتمع وتقاليده ، يري " W.Breed " أن القائم بالاتصال قد لا يقدم أحياناً تغطية كاملة للأحداث التى تقع حوله ، وذلك ليس تقصير أو إغفالاً لدوره في المجتمع ، بل هو تعمد منه قد يكون نابعاً من ضميره واحساسه بالمسئولية ، وذلك للمحافظة على بعض القيم الاجتماعية .

كما أن مسئوليته تجاه المؤسسة التى يعمل لها تتطلب منه تحسين صورتها أمام الرأى العام وقد يتطلب منه اخفاء بعض الأمور بشكل ذكى بحيث لا تتعرض الجهة التى يعمل فيها إلى أى مسائلة من الرأى العام وهذا يعتبر من أصعب الضغوط التى يتعرض لها المتحدث الإعلامي حيث قد يجد نفسة يدافع عن هذه الجهة بكل قوته وإن كان متأكداً أنها مخطئة ، فهذا يعتبر ضغطاً نفسياً رهيباً مع المتحدث الإعلامي .

عاشرا : واجبات المتحدث الرسمي:

ونقصد بواجبات المتحدث الرسمي مهامه التي توكل إليه من قبل المؤسسة التي يعمل بها وتتلخص هذه الواجبات في المهام الآتية :-

١- تنفيذ البرنامج اليومي للمؤسسة
٢- الاطلاع على كل ما يخص المؤسسة من خلال وسائل الإعلام.
٣- التحدث نيابة عن المؤسسة التي يعمل في جميع المناسبات وخاصة لدى وسائل الاعلام
٤- كتابة تقارير المذيعين والإعلاميين.

٥- تدوين الملاحظات علي كل ما ينشر ويبث في أجهزة الاعلام يخص مؤسسته .
٦- قراء مواد التعليق علي الأفلام التسجيلية.

حادي عشر : مسئوليات المتحدث الرسمي :

ونقصد بها الوجبات التي تحكم أداءه لمهامه أي أن المسئولية هنا تكون بمثابة الإطار الذي يتم العمل في نطاقه وأولي هذه المسئوليات نحو جمهوره فعليه أن يكون معلماً أي يؤدي دوره في إعلام الناس وإخبارهم وأن يكون موضوعياً وصادقاً وأمينا.

- أيضا هناك مسئولية المتحدث الرسمي تجاه المؤسسة التي يعمل بها وتجاه مجتمعه في نفس الوقت فهو ملتزم أن يجسد أهداف مؤسسته ويعبر عن سياستها فضلا عن ضرورة الالتزام بالضوابط الأخلاقية التي تحكم عمله باعتبار أن يدخل كل بيت ولذلك فنجد بعض المحطات تفرض نوع من الرقابة علي المواد التي ترد إليها من الخارج قبل تقديمها كذلك فقد حرصت بعض الإذاعات علي وضع نوع من مواثيق الشرق وبعض الأخلاقيات لهذه المهنة وضرورة الالتزام بأسس وقواعد معينة مثل :-

١- منع تقديم وإذاعة المواد التي تتعلق بالجريمة والجنس باستثناء الجرائم ذات الطابع العام مثل حوادث اختطاف طائرات أو الإرهاب الدولي وغير ذلك.
٢- عدم تقديم المواد التي من شأنها إشاعة الذعر والفوضي بين الناس.
٣- الحذر من تقديم المواد الخيالية علي أنها حقائق وإلا نتج عن ذلك العديد من الكوارث والمخاطر.
٤- الامتناع عن الخوض في الأسرار الذاتية والخاصة بالأفراد وعدم تناولها بأي صورة من الصور.
٥- تجنب تقديم المواد التي تشجع علي المقامرة الإمتناع عن تقديم بعض المواد تتضمن السخرية من بعض المهن أو الحرف المختلفة إلي غير ذلك.
٦- مراعاة الموضوعية وعدم الذاتية تجاه المسائل والقضايا الأخلاقية بين الناس

- باعتبـار أن الإعـلام جهـاز قـومي موجـه للنـاس عمومـاً ولا ينبغـي الانحيـاز لوجهة نظر دون أخري.

٧- أن يبتعد الإعلاميعن الدعاية التجارية لسلعة معينـة في البـرامج العامـة إلا إذا كان هناك إعلان وافقت عليه المحطة مقابل أجر حصلت عليه.

٨- كذلك لا ينبغي القيـام بالدعايـة الشخصية للأفـراد إلا إذا كـان ضـمن الحمـلات الانتخابيـة لمناصـب معينـة فـي مؤسـسة وهيئـات معينـة ومتفـق عليهـا مـن قبل المؤسسة

٩- لا يذيع أي مادة غير معتمدة أو مدونة ومقررة في البرنـامج

وعمومـا : فالمتحـدث الرسـمي يقـوم بـالرد علـى أسـئلة الاعلاميـين والمـواطنين والتعليقات السياسية.

رابعا : الصفـات الأساسية للمتحدث النـاجح

نتناول فى هذا الجزء بإيجاز بعض الصفات الأساسية في المتحـدث علـى ضـوء ما ركزت عليه الكتابات وآراء الباحثين ليحقق أكبر قدر ممكـن من النجـاح في عمليـة الاتصال وهي كالآتـــى:-

(١) الاتزان العاطفي والتوافق النفسي :

يتطلب نجاحك كمتحدث رسمي أن تتصف بالهدوء وان يكون لديك القدرة علـى التحكم في غضبك وانفعالاتك ، ويمكن تنمية هذه الصفة من خلال ما يلي :

- الالتزام بالموضوعية في دراسة الأحداث والوقائع وتحليلها .
- تجنـب الوقـوع فـي محـاولات الاسـتفزاز والإثـارة مـن الطـرف الآخـر ، وخاصـة عنـدما تـدرك أن الطـرف الآخـر يخطـط لإيقاعـك فـي مـصيدة التوتر والإنفعال .
- تأكد من اقتناعك بأن حالات الغضب والانفعـالات غير المدروسة يترتـب عليهـا تـوتر فـي جـو الاتــصال ويتــرك آثـاراً سـلبية لــدى الطرف الآخر .
- تيقن من إدراكك بأن عدم تحكمك في أعصابك وغضبك غير المحسوب يجعلك في موقف نفسي يمكن الطـرف الآخر مـن استغلال أى فرصـة

للحصول على معلومات وبيانات سرية لا تود أن تعلن عنها للطرف الآخر .

- تجنب مقاطعة الطرف الآخر عند انفعاله والتزم بالهدوء ، وكذلك تجنب النظر إليه باستغراب أو ازدراء ، وتأكد أن تركه حتي ينتهي من حالة الانفعال يحقق نتائج لك منها ما يلي :
  أ- دفع الطرف الآخر على احترامك .
  ب- تهيئة الطرف الآخر للاستماع لك .
  ج- اقتناع الطرف الآخر بحرصك على استمرار التواصل معه

(٢) المنطق والموضوعية :

يتطلب نجاح المحدث الرسمي بأن يتصف بالمنطقية في تفكيره والالتزام بالموضوعية في تناوله للموضوعات .

ويمكنك كمتحدث رسمي أن تدعم خاصية الالتزام بالمنطق والموضوعية من خلال ما يلي :-

١) تعرف بدقة على احتياجات الطرف الاخر وآماله ورغباته ومخاوفه ، ثم خذها في الإعتبار في كافة مراحل عملية الاتصال معه .
٢) اهتم بتحديد وعرض الحقائق ، وخاصة تلك التى تلقى قبول الطرف الاخر وتخدم عملية الاتصال .
٣) ركز في الحوار على القضايا والموضوعات وليس على الأشخاص
٤) إبرز الأدلة المنطقية والحجج والتبريرات العقلية عند مناقشة الموضوعات والقضايا أو عرض مقترحات وبدائل محددة .
٥) تعامل مع الطرف الاخر على إعتبار أنه شريك يسعي للتوصل إلي إتفاق يحقق مصلحة الطرفين على قاعدة اكسب واكسب (Win – Win – Situation) .
٦) تأكد من الواقعية وعدم المبالغة في تحديد أهدافك ، لأن ذلك يجعل الطرف الاخر أقل قدرة على التحفظ على هذه الأهداف .

٧) من الملائم في بعض الحالات أت تعترف بالصعوبات والمشكلات التى تواجه الطرف الآخر .
٨) يجب أن تتأكد من سلامة وموضوعية ما تتمسك به من اخلاق وقيم ومبادئ ، وعليك أن تتذكر دائماً أن الآخرين مثلك لديهم ما يعتقدون ويؤمنون به ، وقد يكون بدرجة أعمق ، وأن لديهم أيضاً مجموعة من الأخلاق والقيم والمبادئ التى يتمسكون بها ويحرصون على الالتزام بها وربما القتال من اجلها .

(٣) الثقة الموضوعية بالنفس :

لا تقتصر الثقة بالنفس ، كأحد متطلبات نجاح الاتصال التفاوضي علي ثقتك بنفسك ، وانما تشمل أيضاً ثقتك بالأطراف الأخري ، حيث تؤدي الثقة بالنفس والطرف الاخر في عملية الاتصال إلي تهيئة جو ودى متوازن لعملية الاتصال التفاوضي ييسر التعاون والإتفاق بينهم ، وترتبط الثقة الموضوعية بالنفس والطرف الآخر بإعتبار المصداقية في التعامل من خلال الممارسات السابقة التى تؤكد من خلال معلومات دقيقة كافية ، الإلتزام بالإتفاقات والوفاء بالعهود وبصفة عامة يمكنك تنمية ثقتك بنفسك والطرف الآخر من خلال :

١) بناء على علاقات من الود والتفاهم مع أطراف الاتصال من خلال الاتصالات الشخصية غير الرسمية .
٢) توفر بيانات تاريخية متصلة عن الاتفاقات والنشاطات والممارسات وتحليلها بعمق للتأكد من وجود واستمرار الالتزام واحترام المواثيق
٣) دراسة الامكانيات المادية والفنية لدي أطراف الاتصال والتعرف على اتجاهات العناصر البشرية المشاركة في الاتصال للتأكد من توافر متطلبات الثقة والمصداقية .
٤) تحقيق قدر ملائم من التوازن المدروس بين الثقة وافتراض حسن النية وسلامة المقاصد من جهة ، والأخذ بسياسة الترقب والحيطة والحذر من جهة آخري كما يقول الخليفة الراشد عمر بن الخطاب رضي الله عنه (والمقصود : لست بالمخادع ولا الخادع يخدعنى !)

مواصفات المتحدث الرسمي.

١. أولا : اختيار المتحدث الرسمي.

٢. ثانيا : الشروط الواجب توافرها فى المتحدث الرسمي.

٣. ثالثا : السمات الواجب توافرها فى المتحدث الرسمي.

٤. رابعا : صفات المتحدث الرسمي.

٥. خامسا : وظائف المتحدث الرسمي.

أولا : اختيار المتحدث الرسمي:

المتحدث الرسمي مهنة يشترط فى ممارستها خصائص شخصية وذهنية ومثل أخلاقية مهنية تحافظ على الحقوق، وتساعد على استقرار العلاقات فى المجتمع، وفعالية التغيير إلى مجالات إنسانية أفضل.

ومن المعروف أن لكل مهنة أخلاقياتها، ويقصد بذلك مجموع القيم والمعايير والأنماط الأخلاقية التى تمثلها المهنة ويتخذها المشتغلون بها نبراساً لهم فى أداء مهمتهم، والأخلاق شأنها فى ذلك شأن أى لون من ألوان المعرفة لابد أن ترتكز فى عصر العلوم الوضعية على دعائم هذه العلوم، وهى الملاحظة، والتجريب، والأصول العلمية بوجه عام.

والمفترض فى أى مهنة إنسانية أنها تقوم على القيم الاجتماعية والأمانة والصدق من ناحية الشكل والجوهر. فالجانب الشكلى نقصد به هنا المقومات الظاهرة لأساليب الاتصال الفردى والجماعى وهو النوع الذى يدعو بطبيعته إلى الثقة. أما ناحية الجوهر فنعنى أن يكون المضمون مستنداً على حقائق تدعمها الوثائق والبحوث والدراسات التجريبية.

يقتضى العمل فى ميدان المتحدث الرسمي ضرورة اختيار العاملين فيها اختياراً دقيقاً، لأن مسئولياتهم أصبحت ضخمة وخطيرة، والمقصود بالاختيار هنا هو اختيار أفضل الأفراد المتقدمين للعمل بإدارات المتحدث الرسمي ووضعهم فى المكان المناسب، وتوجيههم إلى أداء العمل أو النشاط الذى يتلاءم مع مواهبهم

وقدراتهم واستعداداتهم ومؤهلاتهم. وهذا من شأنه أن يؤدى إلى حسن الأداء وتخفيض النفقات والارتقاء بالمهنة نفسها. كما ينتج عنه تحقيق الفرد لذاته فى ميدان العمل وتكيفه وتوافقه مع محيطه وسلوكه بالطريقة التى تتفق مع فكرته عن نفسه، وشعوره بالسعادة والرضا عن نفسه وعمله وغيره.

ونستطيع أن نلخص خطوات الأسلوب العلمى فى اختيار العاملين فى إدارات المتحدث الرسمي فيما يلى :

١- تحليل وظائف المتحدث الرسمي وتحديد المهارات والاستعدادات والمؤهلات الواجب توافرها فى الفرد الذى يستطيع القيام بها بكفاءة.

٢- تحليل الأفراد المتقدمين لتحديد مهاراتهم واستعداداتهم وقدراتهم ومعرفة مؤهلاتهم.

٣- المماثلة بين مقتضيات وظائف المتحدث الرسمي وخصائص الأفراد المتقدمين بحيث يرشح كل فرد منهم لممارسة النشاط الذى يتلاءم مع مهاراته واستعدادته وقدراته ومؤهلاته.

إن الجهد الموفق فى العلاقات يعتمد دائماً على التفاعل المستمر بين مختلف أنواع المواهب والمهارات فى الإدارة والبحث والإنتاج.

فالنجاح الأسمى للتنظيم يتوقف إلى حد كبير على العنصر البشرى فى التنظيم، فالطاقة البشرية هى الشرط الأول اللازم للتنظيم، وليس هناك فائدة من إنشاء تنظيم على أسس وقواعد علمية دون توفر الكادر البشرى المؤهل للقيام بالواجبات التى يحددها التنظيم.

إن النجاح فى اختيار العاملين فى أجهزة المتحدث الرسمي يتوقف أساساً على الفهم الواضح لما تتوقعه المؤسسة من هذه الأجهزة ومن العاملين فيها، وهذا التوقع يمثل الهدف الذى يجب أن يؤخذ بعين الاعتبار عند إعداد الخطط والبرامج الخاصة بإمداد جهاز المتحدث الرسمي بالعاملين ذوى المقدرة والكفاءة.

أما بالنسبة لعدد العاملين فلا يخضع لقانون أو لقواعد ثابتة أو نسبية، فعددهم يتوقف على حجم المؤسسة أولاً وحجم إدارة المتحدث الرسمي ومهماتها وطبيعة هذا الجهاز من حيث البساطة والتعقيد وأهدافه وخططه ثانياً.

ثانياً : الشروط الواجب توافرها فى المتحدث الرسمي :

لكى يصبح المتحدث الرسمي صالحاً لأداء عمله يجب أن يتفهم الاتجاهات والتطورات التى تحدث فى الرأى العام كما يجب أن يكون على علم تام بسياسات الإدارة ومشكلاتها وأن يؤمن إيماناً كاملاً بعمله ورسالته التى يؤديها مستيقظاً لما يدور حوله داخل المؤسسة وخارجها من أحداث تتيح له طريقة الاستفادة من كل فرصة لخدمة الجمهور وتحقيق مصلحة له سواء بنقل معلومات إليه أو بالرد على مايعين له من أسئلة أو بالاستجابة لملاحظاته المعقولة أو بأداء خدمة واقعية له وهذه اليقظة أيضاً تتيح له فرصة البت السريع فى العمل وهى صفة أساسية للمتحدث الرسمي أن يبت مثلاً فى مدى أثر نشر خبر فى نفوس الجمهور أو فى مشكلة تتعلق بفرد من الأفراد أو فى اقتراح باتخاذ إجراء من الإجراءات وهو بمقتضى هذا البت السريع سيتصرف على الفور ولهذا فإن الظروف تدفعه دفعاً إلى أن يحصل على أكبر قدر ممكن من الثقافة بكل ما حوله وبنفسية الجماهير بوسائل التأثير فيها وبالتنظيمات الإدارية والفنية التى تمكنه من أداء عمله على الوجه الأكمل ونجاح المؤسسة التى يخدمها.

ولابد من توافر شروط معينة في المتحدث الرسمي :

أ : شروط موروثة :

تتعلق بالدوافع الفطرية وهى الأساس الأول للسلوك الإنساني، وتظهر هذه الدوافع بعد الولادة مباشرة ولا تكون نتيجة خبرة أو تعلم أو تجربة وذلك كان يكون شخصيته مكتملة وذات نضج عاطفي وذاكرة قوية وعقلية منظمة ومؤدباً ولبقاً، سريع الخاطر، مخلصاً، حازماً، شجاعاً، مقداماً، متفائلاً، هذه شروط لابد من الواجب توافرها في المتحدث الرسمي.

ب : الشروط التعليمية :-

وهى تتضمن الحد الأدنى من المستوى التعليمى وكذلك التعليم والتدريب الجامعى والذى يؤهل المتخصص فى المتحدث الرسمي للعمل فى هذا المجال ولاشك أن التعليم الأكاديمى يساعد على نجاح المتحدث الرسمي ويستحسن أن يكون قد حصل على درجة جامعية فى الإعلام او الآداب أو التربية النوعية وأن يكون قد حصل على المواد الآتية : (اللغات- الصحافة- علم النفس- علم الاجتماع- علم الأجناس- الفلسفة- المنطق- الإدارة العامة- القانون- الاقتصاد- إدارة وتنظيم المشروعات- التسويق والإعلان- الإحصاء النظرى والتطبيقى- المتحدث الرسمي المبادئ- التطبيق).

ج : الشروط المكتسبة

وتختلف هذه عن الدوافع الفطرية فى أنه لا يولد الإنسان مزود بها ولكنها تكون نتيجة لحياة الفرد فى بيئة معينة وتأثره بها. وتحقق كل من الشروط التعليمية والمكتسبة صفات يحتاج إليها المشتغل بالمتحدث الرسمي : هى القدرة على الإدراك الواضح وعلى التنظيم والحكم العادل الموضوعى، والقدرة على تقدير المواقف والتنبؤ على مقاومة الضغوط والمرونة والقدرة على التعامل مع المشاكل المختلفة.

وتحقيق الشروط الثلاثة السابق ذكرها لابد أن يكون العامل فى مجال المتحدث الرسمي اجتماعياً بطبعه وعنده القدرة على الإقناع والاغراء وعلى الكتابة والخطابة وأن يعترف بالخطأ إذا وقع فيه ويرجع عنه.

ومنذ سنوات أجرى استفتاء للمتحدثين الرسميين على المهارات والصفات التى يجب أن يتصف بها المتحدث الرسمي.

وظهرت نتائج هذه الدراسة وجاء فيها ما يقرب من ٩٠% من المبحوثين أكدوا على ان القدرة على الكتابة هى أكثر المهارات أهمية وذكر أحد المبحوثين أنه فى كل مرة يقوم فيها بعمل فإنه ينتهى بكتابة كلمات على ورق وقد يكون ذلك فى شكل خطابات وخطب ومطبوعات وقصص ونشرات وتقارير. وتأتى مهارة المعرفة

بفن التصميمات المطبوعة بعد القدرة على الكتابة ويقصد بالتصميمات المطبوعة القدرة على تنفيذ مشروع من خلال تصور الفرد له ثم القيام بطبعة وقد ذكر أحد المديرين أن كثيراً من المشاريع يتأخر تنفيذها بسبب كثرة التكاليف أو لأن من يقوم بها لا يعرف شيئاً عن فن الطباعة.

ثالثاً : السمات الواجب توافرها فى المتحدث الرسمي :

أما الصفات الأساسية التى ينبغى توافرها فى المتحدث الرسمي أياً كان مجال عمل المؤسسة فهي :

١- الجاذبية : ويقصد بها سماحة الوجه ورقة الحديث وتناسب القوام وحسن الهندام.

٢- القدرة على تكوين علاقات طيبة بالقادة والمسئولين والنقابات.

٣- القدرة على الابتكار وإيجاد الحلول المناسبة للمشكلات.

٤- الإحساس العام : أى أن تكون لديه القدرة على الشعور بمدى توافقه مع الآخرين أو،وأن يعرف متى يدافع أو يهاجم ومتى ينتظر ظروفاً أفضل للدفاع أو الهجوم، كما أن الحرص ضرورى حتى لا تؤدى زلة لسان إلى مشكلات يصعب حلها.

٥- حب الاستطلاع : لابد أن تتوافر للمتحدث الرسمي الرغبة المستمرة فى أن يعرف عناصر الأحداث، ماذا؟، لماذا؟، كيف؟، متى؟، أين؟، من؟، فبدون ذلك لن يحصل على الحقائق ولن يكون قادراً على تفسير الأحداث.

٦- الكياسة : يتوقف نجاح المتحدث الرسمي على مدى تأثيره فى تفكير الآخرين وهو ما يتطلب قدراً من الدقة والكياسة، فالغلظة دائماً تولد الامتعاض والاستياء.

٧- الاتزان : يتضمن نشاط المتحدث الرسمي الاتصال بالأفراد وخلق انطباع طيب لدى الجماهير عن المؤسسة التى يمثلها المتحدث الرسمي. والاتزان هو أحد مكونات هذا الانطباع الطيب بالإضافة إلى أنه يساعد المتحدث الرسمي

على موجهة المشكلات فى هدوء واتخاذ السياسات الحكيمة التى تؤدى إلى التغلب عليها.

٨- الاهتمام بالآخرين : أى أن يكون القائم بهذه الوظيفة محباً للآخرين مقبلاً عليهم لكى يتعرف على طريقة تفكيرهم وأساليب التأثير فيهم.

٩- الموضوعية : وهى القدرة على النظر بتجرد عن الذات إلى المشكلات المعروضة والتوصيات المطروحة وأسلوب العمل، والتعرف على العيوب حتى لو كان مصدرها الشخص نفسه، وعدم التحيز لأى فريق على حساب الآخرين.

١٠- الحماس : المتحدث الرسمي عملية مستمرة لعرض الأفكار إلى الآخرين والتأثير فيهم، وما لم يكن متحمساً لما يعرض فأولى بالمتلقي أن يزهد فى الأخذ منه.

١١- الاستمالة : حيث أن الهدف من التأثير فى الآخرين يتضمن تغيير أفكارهم، فلابد للمتحدث الرسمي أن يكون قادراً على استمالة الغير للأفكار التى يعبر عنها، ويستطيع أن يحلل وجهات النظر المعروضة ويكشف ما فيها من ثغرات قبل أن يقدم أفكاره بطريقة مقنعة.

١٢- الاستقامة : لا مكان للدجل والشعوذة فى عمل المتحدث الرسمي، ولهذا لابد أن يكون المتحدث الرسمي أيضاً مهذباً مخلصاً لوظيفته لأن نجاحه مرهون بثقة الناس فيه.

١٣- الخيال الخصب : المتحدث الرسمي وظيفة خلاقة تعتمد على الابتكار فى مواجهة المشكلات الجديدة والتغلب على الآراء المعارضة أو إضعافها لكسب فئات المترددين.

١٤- الشجاعة فى مواجهة الرئيس بأخطائه : من المطالب الأساسية للمتحدث الرسمي، فحينما يضعف المتحدث الرسمي عن مواجهة رئيسه بأخطائه فإن علاج المشكلات الناتجة عن هذه الأخطاء يصبح مستعصياً ويزداد الأمر

سوءاً عندما يداهن المدير رئيسه ويدافع عن أخطائه ويتحول إلى تابع لا يعرف إلا أن يقول نعم دائماً لكل ما يصدر عن هذا الرئيس.

١٥- النشاط : المتحدث الرسمي عمل دائم وأنشطة متعددة وبحث مستمر عن مشكلات المنظمة وجهد دائب لمواجهتها، وهذا يعنى أن يكون المتحدث الرسمي نشيطا وقادراً على العطاء بجهد وافر وبذل كبير، ومن الخطأ أن يكون خاملا.

وبشكل عام فإن المتحدث الرسمي لابد أن يتميز ببعض الصفات والمميزات لما لهذه الوظيفة من أهمية، ويعطى أحد الخبراء بعلم النفس وصفاً عاماً لصفات المتحدث الرسمي هو : القدرة على النظر إلى المسائل من وجهة نظر شخص آخر، والعمل بما يعود بالنفع على هذا الشخص، والقدرة على تبين التفصيلات وعلى أداء الأشياء تلقائياً، والرغبة فى مساعدة الآخرين، وليس فى معنى هذا تبادل المجاملة، وإنما عن طريق التعرف على هوية مصالح الآخرين كما ينبغى أن يتسم المتحدث الرسمي، عادة بروح الصداقة، والبعد عن الغرور والإعجاب بالذات، نسبياً.

إن الذى يعمل فى مجال المتحدث الرسمي مؤثر بالفعل فى الحياة الاجتماعية والرسمية، فعليه أن يلتزم القصد والرصانة والجد فى أحاديثه وأعماله، يتجنب التفاخر والمباهاة، وعليه أن يلتقى مع الناس فى صعيد واحد على قدم المساواة متجاوزاً للفوارق الثقافية والاجتماعية، بل يجب أكثر من ذلك، أن يكون ودوداً، فإن خير ما يتسم به المرء فى المعاملات هى صفاته الصريحة، الخلابة، الخالية من الادعاء، وهذه تميزه عن غيره ممن يتظاهرون بالكبر والزهو.

وأن يتميز المتحدث الرسمي بالصبر والحرص والأمانة والسمعة الطيبة والهدوء، والمرونة وغيرها من السمات الذاتية الخاصة لكونها تؤثر بدرجة كبيرة فى مهمته إضافة إلى أن هذه الصفات هى أصلاً صفات اجتماعية مستحبة فى العالم كله.

وليس صحيحاً ما يعتقده البعض من أن المتحدث الرسمي مجرد شخصية مرحة، تحسن الاستقبال والترحيب، وتشد على أيدى الضيوف، إذ أنه أعمق من ذلك بكثير، فهو خبير بالنفس البشرية دارس لاستجاباتها وتصرفاتها فى المواقف المختلفة، كما أنه يعرف الكثير عن العقبات التى تقف فى سبيل الاقناع كالتعصب والكراهية والعقد النفسية، والأنانية، وتضارب المصالح وغير ذلك.

ومن أجل أن يكون المتحدث الرسمي صالحاً لأداء عملة عليه أن يتفهم الاتجاهات والتطورات التى تحدث فى الرأى العام، كما يجب أن يكون على علم تام بسياسات الإدارة ومشكلاتها، وأن يؤمن إيماناً كاملاً بعمله ورسالته التى يؤديها، متيقظاً لما يدور حوله داخل المؤسسة وخارجها من أحداث تتيح له طريق الاستفادة من كل فرصة لخدمة الجمهور وتحقيق مصالحه سواء بنقل المعلومات إليه أو بالرد على أسئلته أو بأداء خدمة واقعية له، وهذه اليقظة أيضاً تتيح له فرصة اتخاذ القرار السريع فى العمل وهى صفة أساسية للمتحدث الرسمي، حيث يتطلب الأمر من المتحدث الرسمي أن يبت مثلاً فى مدى أثر نشر خبر فى نفوس الجمهور، خلال ثوانى. وكذلك أن يكون المتحدث الرسمي اجتماعياً بطبعه وذا شخصية مكتملة ونضج عاطفى وذاكرة قوية وعقل منظم، وأن يكون مؤدباً لبقاً، سريع الخاطر ولديه القدرة على الاستمالة.

رابعاً : صفات المتحدث الرسمي :

١- نضج وتكامل الشخصية جسمياً وعقلياً وانفعالياً واجتماعياً.

٢- الذكاء العام، والقدرة على الابتكار والتجديد والقدرة على التفكير المنطقى المنظم، والقدرة على الكتابة الجيدة والتعبير الواضح الدقيق، والقدرة على الإقناع والتأثير فى الناس، والقدرة على حل المشكلات والقدرة على النقد.

٣- القدرة على ضبط النفس، ويكون لديه لباقة فى الحديث.

٤- أن يكون لديه شخصية اجتماعية، وأن يكون أمين فى مهنته.

٥- **الأساليب الفنية الأساسية لإعداد التقارير :** ويعنى ذلك أن تتاح لكل ممارس فرصة تعلم الكتابة بأسلوب مقبول غير مبتذل، بمعنى أن يملك القدرة على

التحرير والكتابة والقدرة على تصحيح ما يكتبه الآخرون فضلاً عن المقدرة فى العمل التحريرى تحت إشراف الآخرين.

٦- **الاتصال :** دراسة أساليب وطرق إعداد الرسالة الإعلامية وتوصيلها مع إيضاح المعانى اللغوية عند الضرورة أن تمثل هذه الدراسة وتساعد فى ضبط وترشيد الاتصالات على أساس الاهتمام بإعداد رسائل ذات مدلول ومغزى.

٧- **الاتصال بالجماعات والمجتمعات المحلية :** لأن مهنة المتحدث الرسمي تتطلب مؤهل جيد لمزاولة المهنة بما يجعل ضمن مهامها دراسة وتفهم وتركيب تلك الجماعات والمجتمعات ووظيفة الاتصال معها.

٨- **الاهتمام بدراسة العلوم الإنسانية :** الاجتماع وعلم النفس والاقتصاد والعلوم السياسية، مثل هذه المعلومات تهيئ خلفية أساسية في السلوك تجاه الجماعات والأفراد كما يلزم أن يلم المتحدث الرسمي بالإدارة والتحليل المالي والعلاقات الحكومية مع مؤسسات الأعمال.

٩- **التدريب على عمليات قياس وتحليل الرأى العام والإحصاءات الأساسية :** لأن هذه الخلفية تمكن الممارس من تحديد نوعية البيانات التى يبحث عنها ويراها مفيدة فى البحث وتحديد كيفية جمعها وتحليلها والوصول إلى النتائج وتطبيقها.

١٠- **تفهم مشكلات حرية ومسئوليات الإعلام :** يجب أن يفهم المتحدث الرسمي النظريات المختلفة التى تشكل أساساً لنظم المطبوعات ومسئوليات الصحف فى ظل قانون الصحافة ومشكلات القذف والسب وتطبيق ذلك فى مهنته.

كما يجب أن يستفيد الممارسون من الدراسة الشاملة للعلاقات العامة إلى جانب الإلمام بوظيفة وسائل الاتصال وأثرها وأسس اختيارها.

الصفات الشخصية :

هناك مجموعة من الصفات الشخصية التى يجب أن يتصف بها وأهمها توفر قدر من الرشد ورجاحة العقل إلى جانب المقدرة على الالتحام بالجماهير

والتفاعل معها والاتزان الانفعالى وحب الاستطلاع، والرغبة فى تحمل المسئولية واليقظة، فضلاً عن الممارسة المرهفة والانتباه الجاد للبيانات والمعلومات، إذ أن هذه السمات تحكم سلوك الفرد وتقوده إلى أداء عمله بكفاءة واقتدار. ومن الصفات الشخصية المكتسبة النضج العاطفى وقوة الشخصية التى تتميز بالكياسة واللباقة والذوق والفطنة والمثابرة وتقبل النقد والقدرة على الإقناع والأمانة والنزاهة والاستعداد للتعاون والعدالة والقدرة على التحدث أمام الجماهير.

الصفات والميول والقدرات :

وهى تتمثل فى القدرة على التفكير المنطقى وعدم التحيز والنظر للأمور بموضوعية ورشد لأنه يعتمد على الأسباب ويبنى الحكم على اساس الحقائق والقدرة على التعبير والتفسير والاختيار والقدرة على الخلق والإبداع والقدرة على استيفاء المعلومات وتقصى الحقائق والرغبة فى العمل لفترات طويلة عند الضرورة.

الصفات البدنية :

يحتاج المتحدث الرسمي إلى بعض الصفات المتعلقة بمظهره حتى تساعده على أداء عمله مثل موظفى الاستعلامات والاستقبال، حيث أنه يمثل المؤسسة التى يعمل بها أمام الجماهير الخارجية وممثلى الهيئات والمؤسسات الأخرى والزائرين. فضلاً عن أنه يجب أن يتمتع بشخصية جذابة على أن تدعم هذه الشخصية بصوت مقبول يدعو للارتياح.

خامسا : وظائف المتحدث الرسمي :

أثبتت التجارب والدراسات المختلفة أن نجاح الجهاز التنظيمى فى تحقيق أهداف المؤسسة أو الهيئة يعتمد على الموارد البشرية المناسبة لشغل الوظائف المختلفة وذلك باختيار العاملين الملائمين وتعيينهم فى الوظائف التى تناسب استعداداتهم وصفاتهم الشخصية والقيام بإعدادهم وتدريبهم لتحقيق تفهمهم للأعمال المسندة إليهم ليشعر العامل بالرضا النفسى عن العمل الذى يقوم به والذى ينعكس

على كفائته الإنتاجية. وتحديد المتحدث الرسمي يستلزم منا تحديد طبيعة وواجبات الوظيفة ومتطلبات هذه الوظيفة والتى يمكن تحديدها فيما يلى :

١- يعاون ويسدى المشورة إلى إدارة المؤسسة أو الهيئة فى كل ما يتصل بها أو سياستها العامة أو السمعة التى لها فى النواحى الصناعية والاجتماعية.

٢- يبنى ويقيم صلات طيبة بين المؤسسة أو الهيئة ومختلف وسائل الإعلام الجماهيرية كالصحف والإذاعة والتليفزيون ويعمل على استمالتها إلى جانب المؤسسة وعلى أن تنشر على الرأى العام أبناء تطورها والتقدم الذى أحرزته.

٣- تعد النشرات الصحفية المتضمنة كل ما له علاقة بنشاط المؤسسة وإنتاجها أو خدماتها وشئون العاملين فيها على أن ينتقى الوسيلة الملائمة من وسائل الاتصال التى تكفل اطلاع الجمهور على تلك الصورة.

٤- العمل على وصول المعلومات إلى الجمهور فى أحسن شكل ممكن وبكيفية ترفع من شأن المؤسسة أو الهيئة، وتبرز دورها كعضو عامل ونافع للمجتمع.

٥- يعاون الأجهزة الفنية والإدارية فى المؤسسة فى إعداد وصياغة النشرات الصحفية والخطب والكلمات والمواد المتشابهة التى تعد للجمهور.

٦- يشارك في إعداد برامج زيارات الهيئات أو الأفراد للمؤسسة أو الهيئة ويشرف على تنفيذها وذلك بعد الحصول على موافقة الإدارة. والتأكد من أن هذه الزيارات سوف تحدث الأثر المرجو فى الزائرين من خلال معاملة لطيفة كريمة.

٧- معاونة إدارة المؤسسة أو الهيئة فى إعداد التقرير السنوى فى نطاق المضمون والأسلوب والإخراج.

٨- يعمل فى تعاون وثيق مع أجهزة المتحدث الرسمي فى المؤسسات والهيئات الأخرى بقصد تنسيق الجهود. وحتى تتماشى المتحدث الرسمي وأهدافها فى المؤسسة.

٩- عليه وهو بصدد مباشرة واجبة كمستشار للمؤسسة أو الهيئة أن يكون على اتصال بمديرى الإدارات والأقسام الأخرى بالمؤسسة حتى يتأكد من أن خدماته ومساعداته متاحة لهم، وأنهم يحصلون عليها ويستفيدون منها.

الاتصال للمتحدث الرسمي

- عناصر عملية الاتصال الإقناعى.
- الاتصال غير اللفظى.
- معوقات الاتصال.
- وسائل الاتصال للمتحدث الرسمي.
- وسائل الاتصال التى يستخدمها المتحدث الرسمي (وسائل الاتصال الجماهيرى)
- وسائل الاتصال التى ينتجها المتحدث الرسمي.

يعرف الاتصال بأنه المشاركة والتفاهم حول شئ أو فكرة أو إحساس أو اتجاه أو سلوك أو فعل ما، ولا يعنى مجرد توجيه رسالة من طرف إلى طرف آخر، كما يعرف بأنه عملية يقدم خلاله القائم بالاتصال مجموعة منبهات (رموز لغوية) بهدف تعديل سلوك الآخرين، كما يمكن اعتباره : التفاعل بواسطة الرموز (حركات، صور، لغة) أو أى شئ يعد منبه للسلوك، ويمثل حالة من التفاعل بين المرسل والمتلقى فى مضامين اجتماعية معينة.

تنتمى اتصالات المتحدث الرسمي إلى الاتصال الاقناعى، الذى يعرف بأنه "إجادة الاتصال والتمكن من فنون الحوار وآدابه واعتباره عمليات فكرية وشكلية يحاول فيها أحد الطرفين التأثير على الآخر.

وتتداخل بعض الكلمات فى المعنى مع الإقناع مع وجود فوارق قد تكون دقيقة إلى درجة خفائها عن البعض، ومن أمثال هذه الكلمات : الخداع، الاغراء، التفاوض ، وبعضها تزييف للحقائق، وبعضها مجرد حل وسط واتفاق دون اقتناع.

فى عملية الاقناع يقوم المصدر بمهمة الإقناع، أما المستهدف أو المستقبل فهو القائم بعملية الاقتناع، وتحتاج عملية الإقناع إلى أكثر من مهارة المصدر، وتحتاج- فى نفس الوقت- إلى وجود بعض الاستعداد لدى المستقبل، أو مساعدته على خلق هذا الاستعداد لديه.

تعد عناصر عملية الاتصال الإقناعى هذه نفسها عناصر عملية الاتصال الموضوعى التى وردت فى نماذج الاتصال المعروفة كنموذج Harold Lesswell & David Berlo التى تتكون من مصدر، ورسالة، ووسيلة، ومستقبل، ويمكن الاستفادة من العناصر الوسيطة كرجع الصدى، والسياق "بيئة الاتصال"، والخبرة المشتركة، خاصة على مستوى تقييم مدى نجاح العملية الإقناعية.

عناصر عملية الاتصال الإقناعى :

بما أن الاتصال يوصف على أنه عملية، فإن له عناصر تتمثل فى المرسل، والرسالة، والوسيلة، والجمهور، حيث تفسر العملية الاتصالية على النحو التالى : مرسل لديه رسالة أو مضمون، يرغب بإيصاله إلى جمهور معين، لتحقيق أهداف محددة بالنسبة له، وذلك عبر وسيلة، وهذه الوسيلة ينبغى أن تكون قادرة على الوصول لهذا الجمهور، وهذه الرسالة قد تصل للجمهور بوضوح تام، وكما خطط له المرسل، غير أن هناك عوامل (تسمى العوامل الوسيطة) قد تحول دون وصول الرسالة بالشكل الصحيح، أهمها التشويش، الذى ينقسم لتشويش دلالى، وأخر ميكانيكى، وفى كل الأحوال هناك رد فعل من قبل الجمهور على هذه الرسالة، قد يكون سلبى أو إيجابى، وتتم العملية الاتصالية ضمن إطار اجتماعى عام، يسمى البيئة الاتصالية.

أولاً : المصدر (المرسل- القائم بالاتصال)

هو الطرف الذى يبدأ عملية الاتصال بطرف آخر، بقصد إيصال معلومات أو التأثير فيه، وفى الاتصال الإقناعى يقصد بالمصدر ذلك الطرف الذى يسعى إلى

إقناع طرف أخر بفكرة ما، مستخدماً فى سبيل تحقيق ذلك العديد من التقنيات المساعدة، والمصدر هنا قد يكون العاملون فى مجالات : المتحدث الرسمي- الصحافة- الإذاعة والتليفزيون- التسويق- الدعاة- رجال السياسة...الخ.

وحتى يستطيع القائم بعملية الاتصال الإقناعى أن يكون مقنعاً بذاته وبرسالته وبالوسيلة التى يستخدمها ينبغى أن يتميز بالعديد من الصفات : كالثقة والمصداقية والمعرفة بجميع العوامل المؤثرة على المتلقى، وأن يكون قادراً على استخدام وسائل الاتصال بفعالية عالية، وقادراً على تكوين وتصميم الرسائل الاتصالية بأسلوب مقنع، أن يكون فى الأصل مهتماً بمصالح الآخرين، والأهم من هذا كله، أن يكون ملتزماً بالأفكار والمبادئ التى يسعى لإقناع الآخرين بها، والمصدر يمكن أن يكون شخص بذاته، أو شخصية اعتبارية.

وهذا يعنى أن عدم قناعة المتحدث الرسمي بالمؤسسة التى يعمل لصالحها، لا يمكنهم إقناع الجمهور بها وبنشاطها، وإن حدث ذلك، فإن هناك أساليب مشكوك فيها تكون استخدمت فى العملية الإقناعية.

وقبل شروع المصدر فى عملية الاتصال الإقناعى، يلتزم بالإعداد الجيد والكامل للمضمون المستخدم فى إقناع الطرف الآخر بالفكرة، وضرورة تحديد الوقت المناسب للشروع فى عملية الإقناع، من خلال ترتيب الأوليات، لدى طرفى العملية الإقناعية.

ثانياً : المضمون (الرسالة- المحتوى)

يعد مضمون (رسالة) عملية الاتصال أهم العناصر التى تستخدم فى عملية الاتصال الإقناعى، لأنها العنصر الذى يتم من خلاله نقل الفكرة من المرسل إلى المتلقى، لذا فإنها تحظى باهتمام كبير لدى المتحدث الرسمي، فهى تعد بمثابة الأداة التى يستخدمها فى ممارسة مهنته لذلك يفترض أن يتحلى بقدرات عالية على التعبير واستخدام مفردات اللغة الاستخدام الأمثل، وعلى الكتابة والتعبير، ترتبط باستخدامه للمفردات والمصطلحات السهلة والبسيطة، التى من شأنها أن تعبر عن أفكاره وأفكار مؤسسته دون تعقيد، لأن وظيفة الرسالة هى نقل الأفكار والمعلومات

والأحداث بصورة واضحة ومؤثرة فى المتلقى، ومؤدية إلى إقناعه بما يرغب به المرسل.

تعد الكتابة هى الوسيلة الاتصالية الرئيسية التى تعتمد عليها كافة أشكال الاتصال الفعلى، لذلك ينبغى أن يكون المتحدث الرسمي على علم ودراية كافيين بقواعد وأساليب وفنون الكتابة باللغة العربية، إضافة إلى القدرة على تنظيم الأفكار، وقبل الشروع فى عملية الكتابة ينبغى التخطيط لما يفترض كتابته، فلا يجب الاستهانة بعملية الكتابة، فعندما نكتب بشكل عشوائى (دون تخطيط) يكون من الأفضل لنا ألا نكتب، فأن نكتب موضوعات سيئة أسوأ من ألا نكتب.

ثالثاً : الوسيلة (القناة)

يفترض أن يتمتع المتحدث الرسمي بمعرفة واسعة بحدود إمكانيات كل وسيلة، وحدود تأثيرها على الجمهور، وجوانب قوتها أو ضعفها، ومعرفة كافية بمدى ملائمة الوسيلة مع الجمهور المستهدف، فالجمهور العام (نفسه) ينقسم إلى أنواع، منهم النشط، ومنهم الخامل، ومنهم المثقفين، ومنهم أنصاف المثقفين...الخ، فبعض الوسائل تؤثر فى جماهير دون الأخرى هى نفسها تكون أكثر إقناعاً من غيرها، لذا ينبغى استخدام الوسيلة الأنسب لكل جمهور من أجل تحقيق عملية الإقناع.

إن طبيعة الفكرة والموضوع أو الهدف المراد إقناع المتلقى به يعد أحد محددات اختيار الوسيلة، وينبغى قبل ذلك تحديد الجمهور المستهدف بدقة، إضافة لتحديد خصائصه، ومن ثم يتم اختيار الوسيلة الأنسب فى ضوء تلك الخصائص.

رابعاً : المتلقى (المستقبل- الجمهور المستهدف)

تتعدد الجماهير التى يستهدفها المتحدث الرسمي فى عملياتها الاتصالية، كما تتعدد خصائصها (السن، النوع، الدخل، المهنة، المستوى الثقافى، نوع الخبرة...) فالاتصال بالشباب يتطلب أسلوباً مختلفاً نوعاً ما عن كبار السن. وهكذا، فلكل جمهور سمات خاصة به، واحتياجات قد تكون مختلفة عن جمهور أخر. وعندما تكون القضية المراد إقناع الآخرين بها واضحة، يكون تحديد هدفها سهلاً

إلى حد بعيد، وتحديد الجمهور المستهدف عملية أكثر سهولة، وبمجرد تحديد الجمهور، ينبغى تحديد خصائصه واتجاهاته واحتياجاته، فبمعرفة المرسل لخصائص الجمهور واتجاهاته تزداد فرص نجاح العملية الإقناعية.

لاحظ أنه كلما انخفض عدد الجماهير التى تكتب لها، كلما زاد التركيز فى موضوع الكتابة، وبالتالى تكون المعلومات أكثر عمقاً وتخصصاً، وكلما كانت الكتابة لجمهور متخصص كلما ازدادت حاجة الكاتب لاستخدام استراتيجيات اتصالية أكثر ذكاء للتعبير عن الفكرة، كالاستراتيجيات الموضوعية، ويكون فيها استخدام المصطلحات أياً كانت صعوبتها متاحاً، شرط أن تكون متعلقة بالمجال الذى يكتب فيه.

وكما أن على المرسل أن يكون قادراً على الإقناع، فإنه يتوجب- لنجاح العملية الإقناعية- على المتلقى أن يكون مستعداً للاقتناع، لذا فإنه من الضرورى أن يهتم المتحدث الرسمي بتهيئة الجمهور المستهدف للاقتناع ولا يتم ذلك فى وقت سريع، فإنجازات المؤسسة وعلاقاتها مع الجمهور ودرجة إسهامها فى خدمة المجتمع ودرجة إحساسها بالمسئولية الاجتماعية تحدد مدى قابلية المتلقى للاقتناع بالأفكار والآراء المراد الإقناع بها.

الاتصال غير اللفظى :

وكما أن هناك اتصالاً لفظياً تستخدم فيه الحروف والكلمات سواء المنطوقة أو المكتوبة، فإن هناك اتصالاً غير لفظياً، يسميه البعض باللغة الصامتة، ويقسمها البعض للغة الإشارة ولغة الأشياء ولغة الحركة والأفعال ويذهب البعض إلى أن الاتصال غير اللفظى يمتد ليشمل تعبيرات الوجه والإيماءات والأزياء والرموز والبروتوكولات الدبلوماسية.

و لأهمية اللغة الصامتة عن اللغة المنطوقة، والمتحدثين الرسميين يستخدمون هذه اللغة الاستخدام الأفضل، ويظهر ذلك من خلال الاهتمام بطريقة الملبس، والدقة فى تكوين الأشياء (المظهر الجمالى) والالتزام بقواعد البروتوكول، والحرص على اللباقة والذوق الرفيع فى كل ما يصدر عنهم، ويزداد الاهتمام بلغة

الجسد، التى تعتبر أهم مقومات علم الفراسة، التى من خلالها يمكن فهم الآخرين، وإفهامهم.

وتعد لغة الجسد إحدى أهم أساليب توصيل المعلومات والأفكار للمتلقى، حيث يعتقد بعض علماء النفس بأن ٦٠% من حالات التخاطب والتواصل بين الناس تتم بصورة غير شفهية أى عن طريق الإيماءات والإيحاءات والرموز، لا عن طريق الكلام واللسان ويقال إن هذه الطريقة ذات تأثير قوى، أقوى بخمس مرات من ذلك التأثير الذى تتركه الكلمات، وهناك من يقول بأن هذا التأثير يصل أحياناً إلى ثمانى مرات، وتستطيع هذه اللغة توصيل معلومة كاملة دون الحاجة للنطق أو الكتابة، وتشمل لغة الجسد : حركات العين، والحواجب، والتعامل مع الأنف والاذنين، وحركات الجبين، والتعامل معه، وحركات الأكتاف، والأصابع، والفم.

أن القدرة على تنمية مهارة قراءة الأخرين ليست فناً، بل علماً وهو عبارة عن إدراك يتأتى من التألف مع الحواس والمشاعر، مثل الخوف أو الغضب أو السعادة والتى تتولد فى الفرد الذى يتحكم بدوره فى كيفية التعبير عن هذه المشاعر من خلال تعبيرات الوجه والكلام، فنبرة صوت الشخص وهيئته ووضع جسده وتعبيرات وجهه ما هى إلا نتيجة لعملية السيطرة والتنسيق المعقد بين جميع أجزاء الجسم التى يقوم بها.

معوقات الاتصال :

هناك مجموعة من العوامل التى تعمل كمعوقات للاتصال، وتؤدى هذه المعوقات إلى التشويش على عملية الاتصال، ويتم هذا التشويش فى أى خطوة من خطوات الاتصال، أى أن أى عنصر من عناصر الاتصال السابق الإشارة إليها يمكن أن تتضمن أو تتعرض لمجموعة من المعوقات التى تخفض من فعالية الاتصال، والمعوقات قد تكون مرتبطة بالمرسل، أو بالرسالة، أو بالوسيلة،، أو بالجمهور، أو ببيئة الاتصال نفسها.

إن شأن عملية الاتصال الإقناعى شأن عملية الاتصال الموضوعى، تتأثر بالعوامل الوسيطة، كالتشويش (الدلالى والميكانيكى)، والخلفية الثقافية والمعرفية والذهنية للمتلقى، وفى أحيان عدة تعتبر هذه العوامل إحدى أسباب فشل العملية الإقناعية، هذا بالإضافة إلى عدد من الاعتبارات الشخصية المتعلقة بالقائم بعملية الإقناع، كأهدافه، والأفكار التى يسعى إلى إقناع المتلقين بها، ومعتقداته، وقدراته الاتصالية والذهنية، وصفاته الشخصية.

وهذا يحتم على المتحدث الرسمي التعرف جيداً، على هذه المعوقات قبل بدء العملية الاتصالية.

وسائل الاتصال والمتحدث الرسمي :

زاد حجم المعلومات التى تنتجها المؤسسات، وزادت إمكانيات ووسائط الحصول عليها، فقد أصبح بمقدور الشخص الوصول للمعلومات التى يريدها بسهولة، وتمتد السهولة أيضاً فى عملية استخدامها، دون عناء كما كان الحال فى الماضى، ويرجع الفضل فى ذلك إلى تطور وسائل الاتصال، وانخفاض تكلفة النشر بأشكاله المتعددة.

كما أصبحت المؤسسات- على اختلافها- تهتم- وبصورة أكبر من الماضى- بإنتاج المعلومات ونشرها، لاسباب متعددة، أهمها حرصها على ممارسة دورها الاجتماعى، ومسئوليتها نحو المجتمع من خلال إمداده بالمعلومات التى تساعده على اتخاذ مواقف محددة تجاه قضاياه.

نظراً لارتفع تكلفة تشغيل وسائل الاتصال الجماهيرية (الصحف، الإذاعة الراديو والتليفزيون) سواء من ناحية الكوادر المهنية أو الموارد الفنية، فإن المؤسسة لا تستطيع امتلاك وتشغيل مثل هذه الوسائل، لذلك فهى تستخدمها فى عملياتها الاتصالية، خاصة عندما تحتاج إلى التواصل مع جمهورها والرأى العام، أما فى حالة حاجتها للتواصل مع جمهور نوعى، فإنها عادة تستخدم وسائلها الخاصة (الوسائل التى تنتجها بنفسها).

أولاً : وسائل الاتصال الجماهيري التى يستخدمها المتحدث الرسمي

يولى المتحدث الرسمي أهمية كبيرة لوسائل الاتصال الجماهيرية، نظراً لقدرتها الفائقة على الوصول إلى الجماهير بأنواعها، إضافة إلى أنها تعد- بالنسبة للمتحدث الرسمي- إحدى وسائل الاتصال المجانية، فهى تحث تلك الوسائل على الكتابة عنها بشكل ذكى، ويساعدها فى ذلك مجمل الأنشطة اليومية.

لدرجة أن هناك مؤسسات استطاعت إقناع بعض تلك الوسائل بتخصيص مساحات فى الصحف، أو أوقات فى الراديو أو التليفزيون لها، لتقدم ما تشعر تلك الوسائل بأنه يقدم خدمة جماهيرية، تخدم مهمتها الأساسية وأهدافها، وعادة ما يستثمر المتحدث الرسمي تلك المساحات أو الأوقات أفضل استثمار، فبالإضافة إلى أنها تقدم خدمات عامة للجمهور، فإنها بذلك تحقق أهدافاً تتعلق بتدعيم صورتها وسمعتها، والترويج لنفسها لدى الجمهور.

يعد البيان الإخبارى وسيلة الاتصال الشائعة بين المؤسسة ووسائل الإعلام الجماهيرية، حيث يحتوى على المعلومات التى ترغب المؤسسة بنشرها، وفيه قد تعبر عن رأيها فى قضية معينة، أو تقدم تفاصيل عن نشاطاتها التى تشعر بأنها تهم الجمهور.

وتتراوح وسائل الاتصال الجماهيرية التى يستخدمها المتحدث الرسمي بين الوسائل المكتوبة والمسموعة والمرئية، والإليكترونية على النحو التالى:

الوسائل (المطبوعة) المكتوبة :

تجبر المساحات المجانية التى قد تتاح للمتحدث الرسمي فى الصحف والمجلات العامة التمتع بقدرات عالية فى الكتابة لكافة الفنون الصحفية، حتى تتمكن من استثمار تلك الفرص المتاحة الاستثمار الأمثل، ناهيك عن أن هناك بعض المؤسسات لا تكتفى بتلك المساحات فحسب، بل تتعداها إلى إصدار صحف أو مجلات خاصة بها، بسبب أنشطتها المتعددة، وهنا بالذات ينبغى أن يكون المتحدث الرسمي على دراية تامة بإنتاج كافة الفنون الصحفية (الخبر، التقرير، الحديث، التحقيق، المقال)، وتنقسم الصحافة المطبوعة إلى : الصحف، والمجلات.

الصحف :

تقدم الصحف مضامين جادة تعتمد على التحليل والتفسير السريع للأحداث الجارية، معتمدة على خلفيتها التاريخية، ومقدمة لجمهور مثقف، وتغلب عليها الصفة الخبرية، والسرعة فى نقل الأخبار، وتهتم بالسبق الصحفى، ولا يعتبر الخبر فيها ذو قيمة بعد انقضاء أربع وعشرين ساعة.

المجلات :

وسيلة مطبوعة تطغى عليها صفة التحليل والتفسير، والعمق فى تناول القضايا التى تشغل الرأى العام، ويغلب عليها الفنون الصحفية الشارحة والمفسرة كالتحقيقات والمقالات والتقارير المتعمقة وذلك بحكم طول دورية صدورها التى لا تقل عن أسبوع.

وتصنف المجلات كمجلات أسبوعية عامة، وأسبوعية متخصصة، وشهرية، متخصصة، وثقافية شهرية عامة، وثقافية شهرية خاصة.

الوسائل السمعية بصرية (الراديو والتليفزيون)

يرجع اهتمام المتحدث الرسمي بالإلمام بمهارات الكتابة للإذاعة (الراديو والتليفزيون) إلى كونها إحدى أهم الوسائل التى يمكنها الوصول لكافة شرائح المجتمع، وما يساعدها فى ذلك هو تقديم برامجها فى إطار يسهل على جميع الشرائح فهمه والتأثر به، لأنها تركز على الكلام المسموع الذى يعتبر أكثر سهولة من الكلام المكتوب.

للمؤسسات باختلاف أنشطتها وتوجهاتها دور اجتماعى، وهذا الدور كثيراً ما يساعد المتحدث الرسمي فى دفع وسائل الاتصال- عموماً- والإذاعة- خصوصاً- لنشر أو إذاعة أخبارها، وهنا ينبغى للمتحدث الرسمي فى أية مؤسسة متابعة الإذاعات ومحطات التليفزيون المحلية لمعرفة الجوانب التى تهتم بها، لأن هذا يساعدها على إعداد موادها الخبرية بما يتناسب والسياسة الإعلامية لكل محطة تليفزيونية أو إذاعية.

يتوقع جمهور الراديو والتليفزيون الحصول على الكثير من الأخبار والمعلومات خلال فترة زمنية محدودة، بسبب نمط الحياة الحالية، الذى أصبح يتسم بالسرعة والوسائل الإذاعية تتعامل بإيجابية مع تلك التوقعات، فهى تقدم مضامينها بشكل مناسب من ناحية السرعة.

الراديو :

تتنوع الأشكال الاتصالية التى تستخدمها الإذاعة فى تقديم المضامين الاتصالية، كنشرات الأخبار، البرامج بأنواعها، الإعلانات، والمسلسلات بأنواعها... وينبغى على المتحدث الرسمي الاهتمام بكتابة الخبر الإذاعى للنشرة الأخبارية وكتابة سيناريو الفيلم التسجيلى...الخ.

التليفزيون :

يعد التليفزيون من أكثر وسائل الاتصال شعبية، وأكثرها إقبالاً من قبل الجمهور، وأصبح يمثل مصدر لاستقاء الأخبار والمعلومات، ويعتبر بالنسبة للمتحدث الرسمي نافذة واسعة لتمرير مضامينها الاتصالية عبره.

الوسائل الإليكترونية :

نظراً لحجم المعلومات الكبير الذى تنتجه المؤسسات يومياً، من صحف ومجلات، وكتب متنوعة، وبيانات ونشرات، وملصقات، ووسائل تسويقية... وغيرها، ونظراً لبروز الاتجاه نحو الإغراق فى التخصص، فقد أصبحت هناك ضرورة لوجود طرق جديدة لإيصال المضامين الاتصالية بشكل سريع ومفهوم وسهل، ولحسن الحظ أننا نعيش حالياً نمواً متسارعاً فى تطور وسائل النشر، أهمها النشر على شبكة الانترنت، ويرافق تطور النشر على الإنترنت تطور فى الأدوات والأساليب والتقنيات التى يمكن استخدامها فى عملية نشر تلك المضامين لتوجيهها للمستخدمين.

وتعد الاسطوانات المدمجة من أبرز الوسائط التى يمكنها أن تحتل مكانة مرموقة من بين وسائط النشر الإليكترونية فى المستقبل القريب، كونها تستوعب كميات كبيرة من النصوص، تزيد عن (١٠٠٠٠) صفحة من النصوص، ومدة

طويلة نسبياً من الصوت والصورة، وتعد تكلفتها منخفضة للغاية، مقارنة بوسائل النشر الورقية، إضافة إلى قدرتها على احتواء العروض التقديمية المتنوعة للمؤسسة، وكل البيانات التعريفية.

وأصبح حضور المؤسسات على اختلافها على شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) واسعاً، بحكم سهولة النشر، وانخفاض التكلفة، غير أن كثافة هذا الحضور يتطلب جودة عالية.

وتتيح التقنيات الحديثة نشر المعلومات بطرق وأساليب متعددة بما يساعد فى تقديمها بأفضل شكل ممكن، وبما يحقق فوائد كبيرة لأنشطة المتحدث الرسمي فى تسخير هذه التقنيات فى إنتاج مضامينها الاتصالية، ولكن ينبغى الحذر من الإفراط فى استخدام هذه الوسائط والتقنيات الحديثة، دون تحقيق التوازن بين جودة المضامين الاتصالية، وبين ضرورة إيصال هذه المضامين للمتلقين بشكل يتناسب وطبيعة المتلقى العصرى.

ومن أجل رفع القيمة الاتصالية للنص المنشور على الإنترنت، يمكن استخدام العديد من أدوات وتقنيات العرض، كالصوت والحركة والصورة والأفلام، وتتميز عملية النشر على الانترنت بالسرعة فى الوصول للمعلومات، وقلة التكلفة النسبية للمستخدمين، وسهولة البحث والوصول للمعلومات المطلوبة، بالإضافة إلى المتعة فى الاستخدام.

تزداد أهمية استخدام الانترنت للمؤسسات كونه يعزز التواصل والتفاعل بين المؤسسة وجماهيرها، الأمر الذى يزيد من قدرتها على فهم احتياجات الجمهور، لأنه يوفر تغذية راجعة من خلال معرفة ردود أفعال جماهير المؤسسة (رجع الصدى) وهذا قد لا يتوفر لوسائل الاتصال الجماهيرية.

تتلخص أهمية استخدام وسائل النشر الإليكترونى فى العملية الاتصالية للمتحدث الرسمي فيما يلى :

- تسهيل العملية الاتصالية مع الجماهير النوعية، من خلال تقديم المضامين الاتصالية، الأكثر تخصصاً، وتسهل عملية الوصول للجمهور المستهدف بدقة

أكبر، لأن الجمهور يسعى بنفسه للمضامين التى يحتاجها.

- تحفيز الجمهور على التفاعل بشكل أكبر مع المضامين الاتصالية، خصوصاً فى المضامين التى تحتاج فيها للعمل الجماعى، والتحشيد مع أنواع محددة من الجماهير.
- تتمكن المؤسسة من عرض مواد فيلمية خاصة بها، يكون من المتعذر- عادة- إذعتها أو نشرها عبر وسائل الاتصال الجماهيرى.
- عند نشر الموضوع على شبكة الإنترنت ينبغى مراعاة وجود روابط تؤدى إلى الموضوع المحدد، وينبغى الاهتمام بلغة وصياغة هذه الروابط، مع مراعاة عدم وجود روابط غير متوافقة مع الموضوع، فوجودها قد يؤدى إلى ضياع المتلقى فى ثنايا المواضيع التى قد تشتبه مع موضوعات على قدر مناسب من الأهمية بالنسبة للمتلقى.
- عملية النشر يجب أن تكون مترافقة مع شئ من اللمسات الفنية، ودرجة كافية من الذوق لجعل النص أكثر جاذبية.
- كثيراً ما تحتاج المؤسسة لنشر مواد وموضوعات متخصصة على شبكة الانترنت، ولكنها تحمل فى نفس الوقت الطابع العام، وليس الطابع المتخصص، كما يرغب الكاتب الأساسى للمضمون، لذلك فإن مهمة المتحدث الرسمي هنا، إعادة كتابة مثل هذه المضامين كى تتناسب ومعايير الانقرائية.

ثانياً : وسائل الاتصال التى ينتجها المتحدث الرسمي :

نظراً لتزايد الحاجات الاتصالية للمتحدث الرسمي، وصعوبة إيفاء وسائل الاتصال الجماهيرى بهذه الاحتياجات، فقد كان لزاماً على المتحدث الرسمي أن يكون له وسائله الخاصة، التى ينتجها بنفسه، فمن هذه الوسائل ما يتم إنتاجه بشكل كامل بالقدرات الذاتية للمؤسسة، ومنها ما تنتجه بالاستعانة بمؤسسات الاتصال والنشر، وفيما يلى عرض لأبرز المنتجات الاتصالية للمتحدث الرسمي.

مطبوعات التنفيذ والتنسيق والمتابعة

بعد أن يضع المتحدث الرسمي الخطط والبرامج وتحدد موازنتها، تبدأ بتنفيذها فإنها تحتاج استخدام عدد غير قليل من المطبوعات الإدارية والاتصالية، ومضامين ووسائل الاتصال البينية، سواء بين العاملين بالمؤسسة، أو بين الأعضاء القائمين على تنفيذ برنامج بعينه، هذه المطبوعات هى :

١- الأغلفة.

٢- المظاريف.

٣- اليافطات.

٤- ورق المراسلات.

٥- ورق الملاحظات.

٦- الرسائل البينية.

٧- الإرشادات العامة.

٨- بطاقة الاتصال والزيارة.

٩- التعليمات والقرارات الإدارية.

١٠- بطاقة المؤسسة، وبطاقات الرقم القومي.

الكتيب :

يعد الكتيب أحد وسائل النشر السريعة، لأنه سهل الإعداد، والإنتاج، ويستخدم الكتيب للعديد من الأغراض منها : التعريف بالمؤسسة، ونشر تقارير عن موضوعات آنية تهم الجمهور، وكتيبات توعوية، والأدلة بأنواعها، وإصدارات المؤسسة، وبرامج الأنشطة الكبيرة.

النشرات :

وسيلة اتصالية تتكون من ورقة واحدة، وتصل فى بعض الأحيان إلى عدد صفحات المجلة، يستخدمها المتحدث الرسمي، لتأدية أغراض، كالتعريف بها، أو الإعلام عن حدث معين، إما أن تكون قد تعرضت له المؤسسة، أو علمت به من مصادرها، أو لتعبر من خلالها عن رأيها فى قضية معينة، أو للتعريف بأنشطتها،

أو لرغبتها فى إلقاء الضوء على موضوع معين، وتتميز النشرة عموماً (عدا النشرة التعريفية) بسهولة الإعداد، وسرعة التوزيع، حيث يمكن توزيعها بالفاكس، أو بالبريد الإليكترونى، كما أن تكاليفها بسيطة، وتكتب النشرة حسب موضوعها، فهناك نشرات تصدر من أجل الإعلان عن تصريح صحفى لأحد مسئولى المؤسسة، وهناك نشرات داخلية تتضمن توضيحاً للوائح والقوانين الداخلية بالمؤسسة، وتتعدد أنواع النشرات إلى : نشرات تعريفية، ونشرات إعلامية، ونشرات توعوية :

البيان الإخبارى :

أحد أشكال النشرة الإعلامية، ويتسم بسرعة الإعداد، يستخدمه المتحدث الرسمي لإعلام جمهور معين عن حدث ما تعرضت له المؤسسة، أو لتعبر عن رأيها فى قضية عامة، والشائع أن البيان الإخبارى يصدر لإعلام جمهور خاص، قد يكون جمهور الصحافيين أو جمهور المثقفين، أو كتاب المقالات، أو جمهور المهتمين فى قضية معينة، وقد يصدر لإعلامهم بأنشطة المؤسسة، وتستخدم أيضاً للرد على الشائعات، أو لتفسير موقف المؤسسة من قضية معينة، وقد يصدر لتصحيح تصريح خاطئ وغير مسئول أدلى به أحد مسئولى المؤسسة.

ويعد البيان الإخبارى من أكثر الوسائل التى يستخدمها المتحدث الرسمي ، فقد يحدث أن تصدر بياناً صحفياً بشكل يومى فى بعض الأحيان.

النشرة الإعلامية :

تعتمد المؤسسات إلى الإعلام عن أنشطتها وبرامجها التى تم إنجازها من خلال فترة سابقة، من خلال نشرة محدودة أقلها ورقة واحدة، وقد تزداد لأكثر من ذلك، ويتم إنتاجها بشكل جذاب، ليسهل ويشجع على التعرض لها، وكثير من المؤسسات تفضلها ورقة واحدة، ليسهل إرسالها بواسطة الفاكس، وكثيراً ما توزع مثل تلك النشرات بواسطة البريد الإليكترونى لكل جماهير المؤسسة، وقد تأخذ النشرة الإعلامية السريعة الشكل الدورى، الأسبوعى مثلاً، وقد تصدر فى المناسبات، وقد تصدر حسب كثافة الأنشطة التى تم إنجازها.

- **رسائل التنبيه (تنبيهات التحرك) النشرة التوعوية :**

يستخدمها المتحدث الرسمي لتوعية جمهور معين (أو عام) أو تحذيره من خطر معين، يكمن فى قضية ما، إذ تقدم تحليلاً وتفسيراً لتلك القضية، وعليه فإنها تقدم النصائح للجمهور المستهدف، وهذه الطريقة تعتبر طريقة فاعلة لنشر القضايا التى تهم المجتمع خلال تلك التنبيهات، فبعد استخدام البريد العادى والفاكس، يتم الآن استخدام البريد الإليكترونى كوسيلة أساسية لنشر تنبيهات التحرك، وغالباً ما يتم إرسال تلك التنبيهات بواسطة البريد الإلكترونى، ويحتوى مضمونها على طلب التحرك أو التفاعل مع القضية موضوع النشرة.

النشرة التعريفية :

وسيلة اتصالية مطبوعة، تهدف إلى التعريف بالمؤسسة من خلال مساحة ورقية محدودة، ويتم طيها طيتين أو أكثر حسب المساحة العرضية، وقد تأخذ شكل الكتيب، بصورة طولية (مستطيل)، ولكن الشائع أن تأخذ الشكل المطوى وتتنوع أحجامها حسب كثافة المادة المتضمنة فيها، وهناك أشكال إبداعية للنشرات التعريفية، كأن يتم إعدادها على شكل المنتج، وتستخدم لتعرف بالمؤسسة وأهدافها وطبيعة أنشطتها ووحداتها الإدارية وفريق العمل فيها وأحياناً بعض انجازاتها بشكل مقتضب جداً وهى من أكثر المطبوعات شيوعاً، حيث لا تكاد تجد مؤسسة لا تمتلك نشرة تعريفية.

التقرير السنوى :

يختزل ويوثق ويستعرض الخطة التى تم تنفيذها خلال العام المنصرم، وكل النشاطات والبرامج التى تم تنفيذها، وحصر الإنجازات التى تم تحقيقها، ويصدر فى نهاية كل عام، ويهدف- أساساً- إلى إطلاع المساهمين (حملة الأسهم) فى المؤسسة على كل ما يتعلق بالمؤسسة، من كافة النواحى المالية والمهنية وإلى تقييم أنشطتها، وبدأت المؤسسة فى تحقيق أهداف اتصالية وإعلامية من خلال هذه التقارير.

والتقرير مطبوعة تحتاج لجهد كبير لإنجازها، لذا كان على المؤسسات أن تسعى لتحقيق المزيد من الأهداف، كإطلاع نخبة المجتمع المحلى، والممولين وذوى الاهتمام على أنشطة المؤسسة، بهدف الحصول على مساندتهم، وتأييدهم للمؤسسة، نظراً للفوائد التى يمكن تحقيقها من تدعيم العلاقة مع هؤلاء.

المراسلات :

تعد المراسلات من أقدم الرسائل الاتصالية، وقد اقتصر التطور الذى حدث على الرسائل على زيادة أهدافها بزيادة المتطلبات العصرية والحياتية، كما امتد إلى تطور فى شكلها العام، كما أن التطور التكنولوجى أضفى عليها شكلاً وخصائص جديدة، منها القدرة على إرسال نفس الرسالة لعدد كبير من المتلقين بنفس الوقت، غير أن الهدف من الرسالة هو نفسه، حيث تهدف إلى مخاطبة طرف أخر لإعلامه بشئ معين (طلب، شكر، تحذير، مجاملة، طلبية، تهنئة، تعزية...الخ).

الصحف الجدارية :

تسمى بالصحف الجدارية مجازاً، لكونها تشتمل على بعض الفنون الصحفية كالخبر والمقال والحديث فى بعض الأحيان، إلا أنها أقرب للنشرة الداخلية، إما الإرشادية، أو الإعلامية، أو التثقيفية، وغالباً ما تصدر لتحقيق أهداف متعلقة بالإعلام، والتعليم، والتثقيف، التوجيه، ... تسمى أحياناً بصحيفة الحائط، نسبة إلى تثبيتها على الحائط، والصحف الجدارية أكثر استخداماً فى المؤسسات الصناعية، والمدارس، والشركات الضخمة، كونها تتعامل مع عدد كبير من الأشخاص، لا يمكن الوصول إليهم بسهولة، إلا عبر الاجتماعات الموسعة مع الجمهور، التى تنظم فى فترات زمنية متباعدة.

لقد أصبحت الصحف الجدارية أكثر تطوراً عن ذى قبل، من النواحى التحريرية والشكلية، فبعد أن كانت فى الماضى تعتمد على الفنون الصحفية التقليدية، والموضوعات الطويلة، دون مراعاة أسس الانقرائية، واعتمادها على الحكم والمواعظ، والنصائح والتهانى بشكل تقليدى. وقد أصبحت- حالياً- تعتمد على الموضوعات المختصرة السريعة وبعد أن كانت تكتب بخط اليد، فقد أصبحت

الآن تنتج بالكامل باستخدام الكمبيوتر، وتستخدم غالباً الوسائل الطباعية بشكل فنى وجذاب.

وقد استبدلت الكثير من المؤسسات الصحفية الجدارية بلوحة الإعلانات، التى تحتوى الإعلانات الداخلية، والإرشادات، التعليمات الداخلية، وبعض الموضوعات المهمة التى ترى الإدرة فيها موضوعات مهمة ينبغى على الموظفين متابعتها، والاطلاع عليها، كما تتضمن الموضوعات والأخبار التى تنشر فى الصحف المحلية عن المؤسسة.

الملصق (البوستر)

وسيلة اتصالية تحمل فكرة واحدة لجمهور واحد أو أكثر، غالباً ما يحمل المصلق فكرة واحدة، ولا يمكن له أن يوصل أكثر من فكرة، وإلا سيصبح مشوهاً، ومشتتا، ولن يستطيع نقل أى من الفكرتين، ويستخدم الملصق (البوستر) كوسيلة اتصال فى الأوقات الاعتيادية، ويزداد استخدامه فى المناسبات كالحملات الإعلامية، والتوعوية، والإرشادية، والوطنية، والاحتفالات، والمعارض، والدينية، والموسمية، والمؤتمرات، وغيرها من المناسبات.

وهناك أنواع من الملصقات منها ما يسمى بالملصقات الإرشادية، التى تتعدد أحجامها وتصميماتها، ولكنها أصبحت محدودة الاستخدام، فى ضوء تطور العلاقات الصناعية، وتطور الوعى العالمى، والتطور التكنولوجى، إلا أنها مازالت تستخدم فى المنشآت الصناعية الكبرى، والمدارس، وهى عبارة عن جمل إرشادية أو توجيهات أو نصائح معينة لجمهور المؤسسة، ويشترط أن تتسم بالوضوح، والمباشرة، أى يمكن فهمها بسرعة، ويتميز هذا النوع بسهولة الإعداد والكتابة، وتكون من أجل الإرشاد والتوعية، بهدف الحفاظ على السلامة الجسدية للعمال، أو تسهيل سير العمل بتوضيح اللوائح الداخلية والإرشادات المتنوعة.

عناصر هوية المؤسسة :

كل مؤسسة لديها هوية متميزة لها، تميزها عن غيرها من المؤسسات التى تعمل فى نفس النشاط، أو فى نشاط مشابهة، وتتمثل عناصر هوية المؤسسة، أو ما

يمكن أن يطلق عليها عناصر التصميم الأساسى للمؤسسة، فى :

- اسم المؤسسة.
- الشعار (مكتوب، مرسوم).
- أنواع الخطوط.
- الألوان الأساسية.
- الأحجام : الخطوط، الكتل، المساحات، المسافات.

وهنا يوصى للمتحدث الرسمي أن يهتم اهتماماً كبيراً بعناصر هوية المؤسسة، لأنها تستمر لفترة طويلة جداً من الزمن، ويصعب تغييرها بين الحين والآخر.

الوسائل التسويقية :

تحتاج المؤسسة بين الحين والأخر، خاصة فى المناسبات الخاصة كالمؤتمرات، والمعارض، والمسابقات، والمهرجانات، أن تقدم لجمهورها هدايا تذكارية، أو وسائل لتنشيط سمعة المؤسسة، مثل : الرزنامة السنوية : مكتبية، حائطية، جيب، الأدوات المكتبية، القبعات، أجندة الهاتف، الأجهزة : راديو، ... كل هذه الوسائل التسويقية يجب على المتحدث الرسمي أن يستخدمها الاستخدام الأفضل واستثمارها من أجل تمرير مضامين اتصالية تهدف إلى تعزيز سمعة المؤسسة، والترويج للقضايا المجتمعية التى تتبناها، أو السلع الخاصة بها، أو استثمارها لتوضيح محاسن ومميزات السلع التى تنتجها أو الخدمات التى تقدمها المؤسسة.

العروض التقديمية :

يعد العرض التقديمى من أبرز التقنيات التى تستخدمها المؤسسات للتعريف بنفسها، أو بأحد برامجها، أو إنجازاتها، ويمكن اعتباره نشرة تعريفية إليكترونية، وقد يعتبر (فى أحد أشكاله) بمثابة فيلما وثائقياً يستخدم فى نشر تنبيهات التحرك...الخ.

- يمكن إنشاء عروض تقديمية جذابة، واستعراضها على كامل شاشة الكمبيوتر بالترتيب، ويمكن- أيضاً- رؤيتها بحجم مكبر على شاشات العرض العملاقة فى الأماكن العامة.

دور المتحدث الرسمي فى مواجهة الأزمات :

تتعرض المؤسسات كما يقول بعض اساتذة وخبراء الاعلام إلى الهجوم بين الوقت والآخر من قبل جماعات الضغط أو جماعات المصالح أو جمعيات الاهتمامات الخاصة أو من قبل أفراد الجمهور، وهذه الهجمات التى قد تشن ضد المؤسسات المختلفة قد تأتى مفاجئة، وبذلك تبرز تحديات إضافية أمام المتحدث الرسمي، وتتباين الأسباب وراء هذه الهجمات، فقد تأتى نتيجة سياسة معينة اتخذتها المؤسسة، أو ربما نتيجة قرار معين، وقد يكون السبب متصلاً بحالة عدم الرضى من منتج أو خدمة معينة، وقد تكون الشائعة سببا وراء هذه الهجمات، وفى مثل هذه الحالات لا توجد وصفة جاهزة للمتحدث الرسمي للتعامل مع هذه الأزمات، التى تمثل مشكلة مؤرقة للمؤسسات المختلفة سواء كانت حكومية أو خاصة، وتزداد خطورة هذه المواقف عندما تتبنى وسائل الاتصال الجماهيرية الأفكار المناهضة للمؤسسة، وتقوم على ترويجها دون الرجوع إلى المعنيين على الطرف الآخر من أجل البحث عن حقيقة ما يحدث، الأمر الذى يزيد من تضخيم الموقف وتعقيده، وربما يؤدى إلى الأضرار بالمؤسسة المستهدفة من الهجوم.

ويمكن استخلاص مجموعة من التعميمات التى تمثل إجراءات يمكن اعتمادها فى عمليات التخطيط عند تعرض المؤسسة للهجوم من أطراف خارجية هي :

- يجب أن تضع المؤسسة فى اعتبارها عند رسم سياساتها أن تكون مهيأة للتعامل مع المطالب المشروعة لجماعات الضغط أو المصالح أو الاهتمامات الخاصة أو أفراد الجمهور والاستجابة لها إذا ثبت للمؤسسة صحة وجهة النظر الأخرى، ومن ثم المباشرة فوراً فى اتخاذ الإجراءات اللازمة لتعديل الوضع القائم أو تغييره، وتجدر الإشارة هنا إلى أن أساسيات التجاهل تدفع باتجاه مزيد

من الضرر للمؤسسة، بحيث تؤدى فى النهاية إلى تضخيم المشكلة وفقدان المؤسسة لمصداقيتها.

- يفترض فى المتحدث الرسمي التعرف عن قرب على المنظمات والجمعيات التى تمارس نشاطاً له صلة بعمل المؤسسة، فعلى سبيل المثال، على المؤسسة التعرف على جميعات حماية المستهلك، وحماية البيئة وغيرها من الجمعيات المماثلة، من حيث طبيعتها، وأهدافها، وأساليب عملها، والتكتيكات التى تستخدمها فى شن هجماتها، والأساليب التى تعتمدها فى التحقق من معلوماتها، فهذه المعرفة تفيد فى التعامل مع هذه الجمعيات، والتصدى لهجماتها عند وقوع طارئ له صلة بعمل المؤسسة. وما ينطبق فى هذا الشأن على المؤسسات الخاصة، ينطبق أيضاً على المؤسسات العامة أو المؤسسات الحكومية.

- عند وقوع هجوم معين، يفترض أن يقوم المتحدث الرسمي بتحديد موقف وسائل الاتصال من القضية، وكيفية معالجتها لها، فكثير من وسائل الاتصال قد تنخرط فى صفوف الطرف الآخر لأسباب متعلقة بالإثارة، أو لإيمانها بأن هذا الموقف يكسبها شعبية أكبر، ويؤخذ بعين الاعتبار، أن موقف الجمهور العام من حالات الهجوم يحكمه الانطباع أكثر من الحقائق، إضافة إلى ذلك لابد من الاعتراف بأن من يملك الحقائق ليس بالضرورة هو من يكسب المعركة، فحتى إذا تصور المتحدث الرسمي أنه يملك الحقائق، فهذا غير كاف لأن نحكم على نتائج المواجهة لصالحهم، لذلك لابد فى مثل هذه الحالات من مراقبة وسائل الاتصال وتحديد طرق وأساليب معالجتها للموقف حتى يتسنى التعامل معها، من خلال خطط محكمة ومدروسة.

- يؤخذ بعين الاعتبار عند وقوع حالات هجوم ضد المؤسسة أن الموقف المعتدل أو المتحفظ قد يرتبط فى ذهن الجمهور باعتباره جزءا من عملية لكتمان المعلومات، والضعف فى مواجهة الحالة، الأمر الذى قد يقود إلى عدم الثقة، لذلك فأداء المؤسسة فى مواجهة الهجوم يجب أن ينطلق من تعبئة لكافة عناصر قوتها بحيث تستخدم كافة الاستمالات والأساليب الاتصالية لمواجهة الموقف دون أن يسود ذلك أية انفعالية.

- تعد قضية الخصوصية فى المؤسسات الكبرى من القضايا التى لا يمكن التحكم بها، بسبب طبيعة هذه المؤسسات، من حيث ضخامتها، والأساليب الاتصالية التى تعتمد عليها، لذلك فإن عنصر السرية يعد من الأمور التى يصعب السيطرة عليها، وبناء على ذلك تتسرب المعلومات من هذه المؤسسات بطريقة مقصودة أو غير مقصودة، الأمر الذى يستدعى بعض الإجراءات من قبل المؤسسة فى حالة مواجهتها لموجة هجوم من أطراف خارجية، فعند التخطيط لمواجهة حملات الهجوم على المؤسسة يفترض من القائمين على المؤسسة تشكيل فرق محدودة العدد من المتحدث الرسمي وخبراء العلاقات العامة، وبعض المسئولين فى المؤسسة ممن لهم خبرة فى مجال التخطيط لمواجهة أزمات من هذا النوع، من أجل إعداد خطة محكمة تبرمج دور معرفة الأطراف الخارجية القائمة بالهجوم أو وسائل الاتصال الجماهيرية، ودون أن يكون هناك فرصة للطرف الآخر لمعرفة الأساليب التى ستستخدم فى الرد على الهجوم.

- بسبب التطور المذهل فى مجال الاتصال يفترض فى المتحدث الرسمي متابعة الأساليب الحديثة فى هذا المجال، وتطبيقها خلال نشاطاتها المختلفة، وبالنظر إلى الطبيعة التنظيمية داخل المؤسسات فإن أساليب الاتصال المؤسسى التى تعتمد داخل المؤسسة قد لا تكون ملائمة للاتصال مع الجمهور، فالاتصال العمودى التنازلى، أو التصاعدى أو الاتصال الأفقى قد لا يفى بأغراض المواجهة الى غالباً ما يميل الطرف الآخر إلى تحويلها إلى مواجهة ساخنة وتستخدم فيها كافة أساليب الإثارة والتضخيم، والميل إلى تحقيق أهداف خاصة من خلال التقرب إلى الجمهور، لذلك فإن المتحدث الرسمي مطالب باستخدام أحدث الأساليب الاتصالية الجماهيرية لإيصال رسائلها بفاعلية ويسر ووضوح.

- يجب على المتحدث الرسمي الاعتراف بأن ظروف المواجهات مع جماعات الضغط والمصالح والاهتمامات الخاصة لن تكون فى صالح المؤسسة، لسبب بسيط هو أن هذه الجماعات لن تخسر حتى وإن لم تفز، فى حين أن المؤسسة

قد تخسر حتى وإن فازت فى المحصلة النهائية للواجهة، لذلك فعلى المتحدث الرسمي العمل على تقصير المدة الزمنية للمواجهة إلى أقصر مدى ممكن، وتفشل خطط الطرف الآخر الذى سيسعى لتطويل مدة المواجهة حتى يتسنى له جذب انتباه الجمهور ووسائل الاتصال على حد سواء، وتوجيه ضربات متلاحقة للمؤسسة، وإذا اعتبرنا الحكومة بمثابة مؤسسة ضخمة، فإن ما جرى بين الحكومة الفرنسية وجماعة السلام الأخضر حول استئناف التجارب الفرنسية النووية يقع ضمن هذه الحالة، حيث سعت جماعة السلام الأخضر لتطويل المواجهة، فى حين سعت الحكومة الفرنسية إلى تقصيرها، وعلى الرغم من أن جماعة السلام الأخضر لم تفز بمنع فرنسا من استئناف تجاربها النووية سنة ١٩٩٥م، إلا أنها نجحت فى تشكل رأى عام ضد هذه التجارب أثر على علاقات فرنسا بالدول الأخرى.

- فى ظروف المواجهات هذه يجب على المتحدث الرسمي إعداد تقييم موضوعى، وبصورة مستمرة للظروف التالية :
  - موقف الجمهور ووسائل الاتصال من المؤسسة، والبحث فيما إذا كانت المؤسسة ستحظى بمواقف إيجابية إذا ما تعرضت لهجوم.
  - تقييم الظروف المحيطة بما فيها عامل الوقت، وتاثير ذلك على مواقف وسائل الاتصال والجمهور على حد سواء.
  - تقييم الوضع الراهن داخل المؤسسة ليتسنى تحديد خطة العمل، والرسائل التى يمكن توجيهها، ولمن؟ وكيف؟ إضافة إلى تحديد الناطق الإعلامى بإسم المؤسسة.
  - تقييم موقف الطرف الآخر، والأفكار التى يطرحها، ودرجة دقتها، وما إذا كان يستند فى هجومه إلى حقائق أم إلى مجرد اتهامات؟
  - تقييم ومراجعة التشريعات ذات الصلة بموضوع الهجوم، وإمكانية التفاوض والوصول إلى تسويات خاصة إذا كانت المشكلة ذات صلة

باتحادات أو نقابات العمال، ويندرج تحت هذا البند، تحديد ما يمكن عمله من جانب المؤسسة حتى تكون جاهزة لدخول عملية المفاوضات.

- دراسة إمكانية الاستعانة بمستشار خارجي، الأمر الذى تحدده طبيعة الأزمة، وطبيعة المواجهة، وإمكانيات المؤسسة بما فيها إمكانيات كادرها الدائم فى مواجهة الأزمات.
- تحديد أفضل الأساليب الممكنة لتحقيق أثر سريع وإيجابى لدى وسائل الاتصال والجمهور، والمباشرة فى تنفيذ ما اتفق على أنه الأفضل فى مواجهة الهجوم، ومراعاة أن تكون كافة إدارات المؤسسة مهيأة وجاهزة لتوفير ما يطلب إليها بسرعة ودقة.
- إبقاء الإدارة العليا فى المؤسسة على إطلاع مستمر بالمجريات التى تحدث، وما يستجد حول الأزمة وبشكل فورى.

تطبيقات لدور المتحدث الرسمي فى مواجهة الأزمات :

المثال الأول :

ومن الأمثلة التى يمكن الإشارة إليها فى مجال مواجهة الهجوم، ما قامت به شركة Manusato بعد حادث انفجار وقع لباخرة فرنسية محملة بكميات كبيرة "نترات الأمونيوم" بالقرب من رصيف الشحن التابع للشركة فى ميناء "تكساس سيتى" والذى أدى إلى مقتل (١٥٤) شخصاً، وجرح أكثر من (٢٠٠) إلى جانب خسائر مادية كبيرة، فقد هاجمت الصحافة الشركة بعنف وحمل الرأى العام الشركة مسئولية الحادث، وسرت شائعات بين السكان مفادها أن ضمانات التأمين غير كافية لدفع التعويضات، وتوالت الشائعات حول أعداد القتلى والجرحى، وحول قدرة الشركة على مواجهة الكارثة التى دمرت أبنية الشركة ومستودعاتها، وفى مواجهة هذا الهجوم العنيف، نظمت الشركة حملة قادها المتحدث الرسمي لتوضيح الموقف ، كان من بين إجراءاتها ما يلى :

١- أقامت الشركة مركزا إعلامياً فى وسط المدينة يهدف إلى الإجابة عن كل التساؤلات التى يمكن أن يطرحها الصحفيون أو الإعلاميون أو السكان.

٢- إعداد لائحة دقيقة بأسماء القتلى والجرحى تم توزيعها على وسائل الاتصال.

٣- أصدرت الشركة كتيبا ضمن كل التفاصيل حول الحادثة، وقد أوضح أن الباخرة التى انفجرت، وحمولتها لا تخص الشركة وبالتالى فإن الشركة لا تتحمل أية مسئولية جراء الانفجار.

٤- أوضحت الشركة أن مستودعاتها لم تحتوي على أية مواد متفجرة وإلى جانب ذلك بينت الشركة إجراءاتها فى تشييد مبانيها واحتياطاتها فى مجال السلامة العامة.

٥- أوضحت الشركة أن ضمانات التأمين التى تمتلكها تصل إلى اربعة عشر مليوناً من الدولارات، وهى كافية لدفع التعويضات على الرغم من عدم مسئوليتها عن ذلك.

٦- أوضحت الشركة دورها الإنسانى فى تقديم الإعانات الفورية للأسر المتضررة وإعادة إسكان المتضررين ومعالجة المصابين.

٧- تقدمت الشركة بالشكر لكل الجهات التى ساهمت فى مواجهة الكارثة.

وبهذا استطاعت الشركة مواجهة الهجوم عليها، والتصدى لحملات التشويه التى وجهت لها، على الرغم من أن الشركة لم تكن مسئولة عن الانفجار وما ترتب عليه.

المثال الثانى :

إدارة الأزمات فى سكك حديد مصر :

الازمات فى السكك الحديدية هى وقوع حدث مفاجئ يؤدى إلى توقف تشغيل القطارات على جزء من الخطوط ويكون مصحوباً بآثار ونواتج ينبغى

إزالتها وتنشأ أزمات السكك الحديدية عادة أثر حوادث القطارات ويتوقف حجم الأزمة فى السكك الحديدية على الآتى :

١- أعداد الضحايا، فكلما كان هناك وفيات وإصابات فإن حجم أبعاد الأزمة يكون كبيراً، وفى حالة عدم وجود أية إصابات فإن أبعاد الأزمة تكون محدودة.

٢- كثافة حركة القطارات على الخط الذى وقعت عليه الأزمة، حيث يتضاعف حجم الأزمة إذا كانت على خط كثيف الحركة بالقطارات مثل خط القاهرة- الإسكندرية أو القاهرة- أسوان عنه فى باقى الخطوط.

٣- مكان الحادث : فإن كان الحادث داخل فناء محطة أو فى مكان به مسارات بديلة للقطارات فإن حجم الأزمة يكون محدوداً وإذا كان الحادث على خط مفرد أو تكون قد أغلقت سكتى الخط المزدوج فإن الأزمة تكون متشعبة.

٤- نوع الحادث : فإذا كان الحادث هو فقط خروج عجلات القطار من القضبان فإن الأزمة الناجمة تقل كثيراً عن حادث انقلاب العربات أو حالات تصادم القطارات.

وفور تلقى رئيس الهيئة الصدمة بالكارثة أو الأزمة ينبغى عليه عمل الآتى :

- تقدير حجم الأزمة.
- إقرار ما يتم من إجراءات الازمة أو إدخال التعديلات التى يراها والتى تكفل سرعة احتواء الأزمة.
- مواجهة الأزمة بمتابعة ما سيتم وما يجرى لاحتوائها وإنهائها ومعالجة ما قد يظهر من توابع جانبية.
- مواجهة نواتج الأزمة وإفرازاتها متمثلة فى مواجهة الرأى العام والاستعداد لتلقى النقد والتعليقات.
- استخلاص الدروس المفيدة فى تجنب حدوث مثل هذه الأزمة أو على الأقل تقبل خسائرها.
- إخطار الإدارة العليا وتلقى التعليمات المبدئية عن الحادث.

- إعلام الجمهور فى المحطات عن تأخير القطارات ثم يتحرك المسئولون بالهيئة لموقع الحادث على النحو التالى :
  - يتوجه ناظر أقرب محطة أو رئيس الحركة إلى نقطة الحادث للوقوف على جميع التفاصيل وإخطار مراقب الحركة لتحديد أبعاد الحادث وكيفية التعامل معه، وأثر ذلك على حركة القطارات الأخرى وعلى حركة نقل الركاب.
  - يتوجه مفتش الحركة ومفتش النقل ومدير الحركة والإشارات ومدير هندسة السكة الحديد بالمنطقة إلى موقع الحادث لمزيد من التفاصيل، وفحص الحادث ومحاولة الوقوف على أسبابه وإخطار مراقب الحركة.
  - يتوجه مدير المنطقة إلى موقع الحادث ثم وكيل المنطقة المختص بمهام التشغيل فى غرفة العمليات والمراقبة المركزية بالمنطقة لتلقى البيانات وإخطار مجموعة الإشراف والخطط.
  - يقوم رئيس الهيئة بتحديد أماكن تواجد الإدارة العليا خلال الأزمة ثم تشكيل غرفة عمليات لإدارة الأزمة بحضور نواب ومديرى الهيئة للإدارات المركزية برئاسة رئيس مجلس الإدارة والانتقال إلى موقع الحادث عند الأزمات الكبرى.
  - ثم بعد ذلك إعداد بيان إعلامى عن الحادث الذى نتجت عنه الأزمة وأسبابه ونتائجه.

يقترح أحد الباحثين ضرورة توافر مجموعة من المقومات لتطوير أساليب إدارة الأزمات بالسكك الحديدية هذه المقومات تتمثل فى :

١- إعلام الرأى العام بالأسباب الحقيقية للأزمة أو الكارثة حيث يؤدى ذلك إلى سرعة احتواء الأزمة والتغلب على تباعتها كما يخلق نوعاً من التعاطف مع الإدارة.

٢- توفير المعلومات عن موقع وظروف وملابسات الأزمة بهدف السيطرة على مجريات الأمور خاصة أثناء الأزمات لما لذلك من أثر إيجابى فى سرعة رد الفعل القادر على احتواء الأزمة والتخفيف من آثارها.

٣- الشفافية ومصارحة الجمهور والحد من المبالغات ومواجهة ما بعد الأزمة من خلال إعادة النظر فى آليات ومحددات النظام الإدارى لتكوين آليات جديدة أكثر ملاءمة وقدرة على الانتظام.

٤- توعية الجمهور بكيفية التصرف وضبط النفس واتباع تعليمات المسئول أثناء حدوث الأزمات.

من خلال كل ما سبق نجد ان للمتحدث الرسمي دورا حيويا بل وفعال في ادارة الازمات والعمل ايجاد الحلول السريعة ووضع الخطط اللازمة لمواجهتها بأقصى سرعة ممكنة وهذا خير دليل علي اهمية المتحدث الرسمي داخل اي مؤسسة او هيئة اومنشأة صغيرة كانت او كبيرة .

ومن الضرورى تدريب وتأهيل المتحدث الرسمي حتى يكتسب مجموعة من المعارف فى مجالات عديدة فيما لى :

١- الكتابة والتحرير، وإعداد التقارير والخطابة.

٢- الاتصال بالجماهير وطرق إعداد وتنفيذ برامج المتحدث الرسمي وتقييمها والمعرفة التخصصية بطرق الاتصال.

٣- الرأى العام وبحوثه : وتتناول الدراسة التفصيلية لحقائق الرأى العام وتكوينه وأنواعه والأساليب العلمية لقياسه والتأثير فيه ومعرفة دقيقة بمناهج البحث العلمى وتطبيقاتها الميدانية.

٤- معرفة المتحدث الرسمي فى الأجهزة الحكومية والأهلية وفى كافة مجالات العمل فى الميادين الاجتماعية ومنشآت الخدمات التى تسعى لتحقيق الربح، وكذلك المتحدث الرسمي مع الصحافة وباقى وسائل الإعلام.

٥- فهم وإدراك الخلفية السياسية والقانونية التى تشكل الأساس للممارسة فى مجال عمل المتحدث الرسمي ، دون تعرض للأخطاء أو تحمل مسئولية قانونية.

٦- الإلمام بكيفية عقد المؤتمرات والندوات وإنتاج الأفلام وإعداد المطبوعات وغيرها من وسائل الاتصال.

ويذكر أحد القادة المهتمين بمجالات المتحدث الرسمي يجب أن يتدرب فى عمله على النقاط التالية :

١- دراسة طرق اكتساب ثقة الأفراد والجماعات ويقتضى ذلك دراسة سيكولوجية الفرد ودراسة مقومات الشخصية والوسائل المساعدة على نضج الشخصية والعمل على إشباع الحاجات النفسية والعاطفية فى مراحل النمو الإنسانى المختلفة.

٢- التدريب على طرق البحث وتحليل البيانات حيث يستلزم ذلك معرفة العمليات التى يمكن بها معرفة إتجاه الرأى إزاء مسائل معينة قبل وضع خطة ما موضع التنفيذ، حيث يعتبر منهج المسح الاجتماعى بالعينة من أهم الطرق البحثية فى دراسة اتجاه الرأى العام على سبيل المثال.

٣- التعرف على أنواع البرامج اللازمة، حيث يجب على المتحدث الرسمي أن يقف على تفاصيل دقيقة لمشروعات اجتماعية كثيرة لكى يعرف نقاط الضعف والقوة فى الجهود السابقة وأسباب النجاح أو الفشل فى كل حالة.

٤- دراسة طرق الاتصال والإعداد العلمى للقادة المحليين.

٥- التدريب على أفضل طرق ووسائل الإعلام حيث يجب أن تشمل على إعداد المتحدث الرسمي على أفضل طرق الإعلام ويتضمن التدريب كيفية ترتيب حملات التعبئة النفسية واختيار موضوعاتها وأساليبها. ويجب التعرف على الأوقات الملائمة لهذه الحملات والهدف من ورائها، والاعتماد على أساليب التنوير والتبصير حتى تضمن أن تكون هذه الحملات مثمرة.

يختلف العمل فى الميدان المجتمعي اختلافاً كبيرا عن غيره من الأعمال حيث أن العمل فى المجتمع يتناول الأفراد والجماعات والمجتمعات، فى ثلاثة اتجاهات ذات أبعاد واضحة هى :

١- **الاتجاه العلاجى :** والذى يهتم بمعاونة من تعترض حياتهم ظروف تعوقهم عن التواصل مع الاخرين تقديم الدعم والعلاج اللازم.

٢- **الاتجاه الوقائى :** ويهتم بدراسة المشاكل الاجتماعية وإيجاد حلول لها.

٣- **الاتجاه البنائى (التنموى) :** ويهتم بإيجاد البيئة المناسبة والظروف التى تؤدى للتنمية.

ومن استقراء أهداف عمل المتحدث الرسمي يتضح أن له ثلاثة اتجاهات ذات أبعاد واضحة وهى :

١- الاتجاه الإنسانى :

حيث يهدف المتحدث الرسمي إلى مشاركة الأفراد وتكيفهم مع الجماعة عن طريق تعريفهم بمجهوداتها والعقبات التى تواجهها وما ينتظرهم من تأييد بما يؤدى إلى تفاعهلم مع اتجاهات الرأى العام لهذه الجماعة. وتوجه برامج المتحدث الرسمي إلى الأفراد باعتبارهم كائنات ذات حاجات إنسانية تعيش فى بيئة واحدة ويتأثرون بمجموعة من المتغيرات المتشابهة.

٢- الاتجاه الاجتماعى :

وتعامل برامج المتحدث الرسمي مع أفراد مختلفة التكوين النفسى من خلال متخصصين فى توجيه هذه الجماهير واستشارتهم وتحقيق العدالة وبث روح الأمان والاستقرار فيما بينهم والحصول على ولائهم، وتكوين رأى عام صلب. ومن ثم فإن برامج المتحدث الرسمي ليس فى مقدورها أن تنجز أهدافها ما لم تحقق الالتزامات الاجتماعية ومتطلبات تلك الوظيفة الاجتماعية.

٣- الاتجاه الأخلاقى :

وتسعى مجهودات المتحدث الرسمي إلى تأكيد مفهوم خدمة الصالح العام وحرية الأفراد ومحاربة الانحراف والإسراف. وتعتمد فى تحقيق هذا الهدف على الصدق والأمانة والإقناع القائم على الوضوح والبيانات الشاملة.

الفصل الثاني

مواصفات ومهارات المتحدث الرسمي

١- مواصفات المتحدث الرسمي
٢- مهارات المتحدث الرسمي
٣- المعوقات التي تواجه المتحدث الرسمي
٤- تقييم المتحدث الرسمي

مقدمة

والمتحدث الرسمي شخصية كارزمية " Charismatic " أي أنه شخصية مبدعة موهوبة Talented موهبة إلهية لا تصنع والموهوبة حقيقة صفة لابد من توافرها لدي المتحدث الرسمي فإن الصوت العذب موهبة والقدرة علي الإبداع موهبة والمتحدث الرسمي هو ذلك الشخص الذي يتحدث إلي جمهور من خلال الاتصال المباشر أو الصحف والمجلات أو الهاتف أو الانترنت أو أجهزة الإرسال الإلكترونية لإحدي محطات الراديو والتليفزيون وعبر موجات عامة " Publicwaves "

أولا : المواصفات العامة للمتحدث الرسمي :

هناك عددا من الخصائص الأساسية التي لابد من توافرها في الشخص الذي يعمل متحدثا رسميا وهذه الخصائص أو المؤهلات الذاتية أو الخاصة تعتبر بمثابة قواعد وأسس ومعايير للصلاحية لمهنة الكلام إلي جمهور غير مرئي وهنا سوف تعرض شيء من التفصيل لهذه الخصائص التي ينبغي توافرها في الشخص الذي يقدم للعمل كمتحدث رسمي سواء كانت خصائص فطرية أو يمكن اكتسابها وهي :

١- المستوي التعليمي :

بمعني تشترط حصوله علي مؤهل جامعي كحد أدني للمستوي التعليمي

٢- المستوي الثقافي :

وهو يختلف عن المستوي التعليمي فالثقافة مختلفة عن التعليم فالمستوي الثقافي المقصود به بالنسبة للمتحدث الرسمي هو معارفه وخبراته العامة ودرايته بالحياة والناس وإدراكه الكامل للأحداث التي تجري من حوله فطبيعة عمل المتحدث الرسمي يتطلب منه أن يكون ذا ثقافة موسوعية أي شاملة لمعارف متنوعة ومتعددة في شتي المجالات فلابد من أن يكون المتحدث الرسمي شخصية عميقة الفهم جديرة بالإحترام والثقة وليست شخصية سطحية دون عمق وحضور ذهني ملموس كما تجدر الإشارة إلي ضرورة أن يكون متمكنا من اللغة التي ينطق بها في مؤسسته وأيضا ملماً بلغة أجنبية أو اكثر.

٣- الصوت وطريقة الحديث :

يجب أن يمتلك المتحدث الرسمي صوتاً جيداً يؤدي وظيفته علي أكمل وجه وأن يكون لديه القدرة علي الكلام بطريقة جيدة فلابد من سلامة النطق ووضوح العبارة والمقصود بالصوت الجيد هو الصوت الواضح القوي الذي ترتاح له الأذن والذي يخلو من العيوب أثناء النطق وهذا يتوقف علي مهارة المتحدث نفسه لأن الكلام أشبه باللحن الذي يعزف علي الآلة الموسيقية وهذه الآلة عند الإنسان هي الحنجرة وترتبط جودة الصوت ونطق الكلام وسلامة مخارج الألفاظ بسلامة الجهاز الصوتي للشخص فلابد للمذيع أن يكون صوته جيد يؤدي وظيفته علي الوجه الأكمل.

٤-الذكاء وسرعة البديهة:

أن عمل المتحدث الرسمي مهنة تتطلب المهارة وتحتاج إلي قدرات وكفاءات ذهنية معينة وهذا ما نطلق عليه الذكاء الذي يعني القدرة علي التعامل مع المشاكل والمواقف الجديدة والمفاجآت الطارئة وذلك ما نشير إليه أحيانا في أحاديثنا العادية بأنه سرعة البديهة أو القدرة علي حسن التصرف والمتحدث الرسمي بطبيعة الحال يحتاج إلي هذه الخاصية لأن عمله لا يخلو من المفاجآت التي تطلب منه قراراً سريعاً وتنفيذاً موازياً للقرار وفي كثير من الأحيان يكون علي المتحدث الرسمي أن يستخدم روح المبادرة التي تتطلب درجة عالية من الفطنة لكي ينقل رسالة عاجلة في عبارات بالغة الإيجاز.

٥- القدرة علي التخيل:

مطلب أساسي لعمل المتحدث الرسمي لأنه يدخل في إطار الإبداع فالخيال هو الطريق إلي الابتكار والشخص الذي لا يملك هذه الخاصية لا يصلح لهذه المهنة لأنه سيكون عاجزا من التعبير التلقائي ويكون عاجزاً عن الإرتجال ومواجهة الجمهور سواء داخل الاستديو أو خارجه فالمتحدث الرسمي عليه بالفعل أن يتخيل أنه يتحدث بالفعل إلي شخص معين لأنه إذا لم يفعل ذلك سيبدو حديثه سطحي وفاتراً لا يعني أحد ولا يخص أحد وبذلك يفقد خاصية التواصل مع المستمعين والمشاهدين وهي خاصية أساسية في عمله مسموعا ومرئيا ومكتوبا.

٦- الصحة الجيدة :

هناك علاقة وطيدة بالفعل بين عمل المتحدث الرسمي وحالته الصحية وهذه العلاقة لا يدركها إلا المحترفون الممارسون للعمل بالفعل حيث أنه يقضى معظم وقته داخل الاستديو تحت أضواء مزعجة ويقوم بإجراءات عديدة لضبط الصوت ومراجعة النص وملاحقة للأحداث والرد على الاستفسارات إلي أن ينتهي البرنامج أخيرا بعد ساعات من العناء المتواصل فيجب أن يكون بصحة جيدة لأن المرض المتكرر والابتعاد الدائم عن العمل يتسبب في هبوط مستواه الفني وبالتالي يؤدي إلي الاستغناء عن خدماته من قبل تلك المؤسسة التي يعمل بها.

٧- التواضع والثقة بالنفس :

هناك خاصية هامة لابد أن يتصف بها المتحدث الرسمي وهي التواضع وفي حقيقة الأمر فإن التواضع نتيجة طبيعية للثقة بالنفس وهذه الثقة تتوفر للشخص عندما تتوفر له الموهبة والخبرة والمعرفة وعندما تتوافر هذه الخاصية في المتحدث فإنها تفتح له باباً واسعاً أمام الشهرة

٨- القدرة علي العمل الجماعي :

إن الكلمة التي تبث علي الهواء من إحدي محطات الراديو هي في واقع المحصلة النهائية لجهود فريق متكامل من العاملين في تخصصات شتي يعد المذيع واحد منهم ويعني هذا ببساطة أن الشخص الذي ينطوي علي نفسه ولا يمكنه العمل الجماعي ضمن الفريق لا يصلح بأي حال من الأحوال للعمل كمتحدث رسمي خاصة وأن عمله يعد الوحيد الذي يحشد مجهودات أشخاص كثيرين لانتاج شيء يختفي بمجرد صنعه وعليه أن ينتج أعمالا جديدة طول الوقت.

٩- الصبر :

لا يصلح للعمل في مجال تقديم البرامج للراديو الشخص الذي تنقصه خاصية الصبر فتوافر هذه الخاصية تعينه علي التكيف مع نوع العمل الذي يتسم بالقلق والتوتر والمنافسة والذين لا يتحلون بملكة الصبر في هذا العمل هم الذين يتعجلون الشهرة ويتعجلون الفرصة التي تحقق أحلامهم في النجومية وهذا قد

يكون بسبب إصابتهم بالإحباط عندما لا تواجههم الفرصة التي كانوا يحلمون بها

فضلا عن أن العمل لابد أن ينطوي علي بعض المشكلات اليومية فإن المذيع عليه أن يتعامل معها كأمر واقع ينبغي التعايش معه ولن يتمكن من ذلك مالم يستطيع أن يتحلي بالصبر أصلاً.

١٠- أن يكون صديق جميع المستمعين ورفيقهم وذلك يأتي من خلال تصوره وتخيله أنه يتحدث إلي المستمعين وكأنهم أمامه ويجلس جوارهم ويتحدث إليهم بالأسلوب الذي يفهمونه وفي الموضوع الذي يهمهم.

١١- التقيد بوقت البرنامج فلكل مادة إذاعية وقت ثابت ومحدد يجب علي المذيع الالتزام به دون زيادة أو نقصان.

خامسا : مهارات المتحدث الرسمي :

في البداية لابد أن أتطرق إلي معرفة ما هي المهارة ؟ وكيف تتكون المهارة؟

* **المهارة The Skill :**

- أسلوب أداء يظهر فية الفرد تمكنا في القيام بجميع متطلبات النجاح في المهام التى يكلف بها .
- وسواء كانت المهارة عقلية تسمي مهارة عقلية مثل مهارة حل المشكلات والألغاز والتفوق فى الانجاز والنبوغ فى فروع العلم والابتكار والاختراع .
- أو تكون مهارة انفعالية حيث يتميز الفرد بالقدرة على ضبط وتوجيه انفعالاته والسيطرة عليها واستخدامها في تنمية شخصيته وجعلها أكثر قدرة على مواجهة المشكلات والأحداث الصعبة .
- كما تعتبر المهارة في الأداء الاجتماعى الناجح هي أن يظهر الفرد القدرة على تكوين علاقات اجتماعية قوية وواعية ، ويستطيع أن يكون مع الناس في أفراحهم وأحزانهم ، وأن يقبل على مساعدتهم وقيادتهم في العمل والتأثير على آرائهم .
- ماذا تقصد بالمهارة ؟

- المهارة هى التمكن والقدرة على الأداء وانجاز العمل بمستوي عالى من الدقة وفى أقل زمن ممكن ؛ تحت كافة الظروف المكانية والزمنية والأوضاع المتغيرة .
- ولكي يصل الفرد للمهارة لابد أن يتمتع بمجموعة من الخصائص وهي

١- ذاكرة قوية وعالية التجهيز .
٢- وإمكانيات جسمية فائقة .
٣- وذكاء مرتفع ، ومرونة عقلية .
٤- إرادة قوية ، وتدريب مستمر .

المهارة Skill هي أنماط متعلمة من التفاعل الناجح مع البيئة ، تحقق الفرد ما يهدف إلية . وهي قدرة على القيام بالأعمال المطلوبة من الفرد بسهولة ودقة .

ومن تعريفات مصطلح المهارة ، يعرف محمد عاطف غيث وزملاؤه المهارة بأنها تنظيم معقد للسلوك (الفيزيقى أو اللفظي) تطور من خلال عملية التعلم ، اتجه نحو هدف معين أو تركز على نشاط محدد . ويشرح ميشيل مان Michael Mann المهارة بأنها مزيج من المعرفة والخبرة المكتسبة من الأفعال أو لأنشطة ، بجانب القدرة الذهنية على تطبيق هذه الأفعال أو لأنشطة بفعالية وبراعة .

ويري روجر إلس Roger Ellis أن المهارة هي القدرة على الاستجابة بمرونة للظروف من أجل تحقيق الأهداف المبتغاة بأقصي كفاية ممكنة .

ويشير جوردن ويلز Gorden Walles إلى أن المهارة هي القدرة على تقييم المواقف والتأثير على سلوك الاخرين

وفي ضوء ما سبق يمكن تعريف المهارة بأنها القدرة على إنجاز المهمة المطلوبة بإتقان ، وفي الوقت المحدد ، مع وجود الرغبة لدي الشخص لتحقيق ذلك بمعنى أن المهارة هي نشاط هادف يؤديه الإنسان بإتقان وسرعة ورغبة .

تعريف الدكتور رفعت الضبع للمهارة : هي قدرة الإنسان على إنجاز العمل بأقل وقت وتكاليف. وهناك أساليب ووسائل عديدة يمكن من خلالها اكتساب المهارات وتحسينها ، تذكر أهمها في التالي :

١- التعليم Education
٢- التعلم Learning
٣- التدريب (البرامج التدريبية) Training Programs
٤- القراءة Reading
٥- الممارسة (خبرات العمل) Practice

*** تحليل المهارة ومكوناتها :**

- قدم ديف Dave تصنيفاً تحليلياً للمهارة والمبنى على مفهوم التآزر Coordination .
- مفهوم التآزر يتضمن جميع أنماط السلوك المشاركة في السلوك المهارى ، والجوانب العصبية neuromuscular والنفسية ..
- تسعى المهارة في هذا المجال إلى تنمية الكفاءة في أداء الأعمال التى تتطلب تآزر بين النشاط النفسي والمعرفى والعضلي .
- حدد ديف تصنيفاً تحليلياً لما تقدمه المهارات من أهداف يتكون من خمسة فئات أساسية هي -

- الفئة الأولي : المحاكمة imitation :

ويطلب من المتعلم أن يقوم بإصدار استجابات مماثلة لما يلاحظه – وهذه الفئة تتضمن ما يلي فئتين فرعية :-

- الاندفاع impulsion :

وهي عملية داخلية يعمل الفرد على تشجيع نفسه بصوت داخلى للقيام بالعمل المطلوب وهو محاكة الفعل المعروض كبداية .

- التكرار الصريح Over repetition :

عادة السلوك عند بداية القيام بأى عمل يحتاج ليكون متآزرا بشكل متقن ؛ وهذا لن يتم إلا بالتكرار رغم ما فيه من عيوب تنفيذية .

ثانياً – التناول و المعالجة manipulation :

يتطلب تحقيق هذا الهدف العمل على تنمية المهارة في الاتجاه الأرقي والتخلص من العيوب الحركية لذلك عليه أن يقوم به :

١- اتباع التعليمات instruction :

علـى المـتعلم أن يقـوم بإتبـاع التعليمـات للقيـام بالـسلوك المطلـوب بعد ملاحظته.

٢- الانتقاء selective :

عليه أن يقوم بالتمييز بين مجموعة من الأفعال وانتقاء الفعل المطلوب ، مما يوفر له فرصة اكتساب المهارة المطلوبة .

٣- التثبيت fixation :

حيث يعمل الفرد على التدريج نحو تثبيت الفعل المتقن ، مما يؤدي إلى التحسن والجودة ، بحيث يؤدي بدرجة أكبر من السهولة .

ثالثاً الإحكام Precision : الهدف هنا أن يصل الفرد بآدائة إلى مستوي أعلى مـن التحـسن ؛ بحيـث يتميـز بالدقـة والـضبط وهـذا الهـدف يتكـون مـن جانبين هما :

١. الاسترجاع reproduction : فـي هذا الهدف يقوم الفرد باسترجاع سلوك سبق أن اتقنه من قبل وبنفس المواصفات .
٢. التحكم control : الهدف هنا أن يصل الفرد إلى المستوي الذي يتمكن فيه الارتقاء بأدائه دون مساعدة ، وبعيداً عن النموذج الخارجي الذى تعلم منه ؛ حيث استطاع أن يكون داخله نمودجه الخاص الذي ينظم عمله من حيث السرعة والدقة ويصاحب ذلك قدراً من الثقة confidence والتيقظ vigilance .

رابعاً – **التفصيل articulation :** ويتضمن فئتين هما :

١- التتابع Sequence :

وفيه يتمكن الفرد من القيام بسلسله من الأفعال المتآزرة والمتتابعة التى تقوم بها عدة عمليات التفكير أو أجزاء من الجسم .

٢- وافق Harmony :

المرحلـة التـى يصل فيها أداء الفرد إلى درجة من التناسق الفكري أو الحركى بحيث يؤدي الفعل بالتفصيل الملائم (كما يقول الكتاب) من حيث السرعة و الدقـة . كمـا تكـون هـذه الأفعـال مترابطـة بـشكل يـؤدي إلـى إنتـاج أنـساق حركية متكاملة .

خامساً : التطبيع Naturalization :

في هذا المستوي يطلب من الفرد أن يؤدي بدرجة عالية من الكفاءة ، ويتم العمل بأقل قدرة من الشعور أو التحكم. هذه الفئة تنقسم إلي :

١- الآلية Automatism :

وفيها يصبح الفعل عمل روتينية واستجاباته تلقائية .

٢- الاستبطان Exteriorizations :

فيها يصل الفعل الروتينى الآلي إلى الوضع الذي يحدث فيه بشكل لا شعوري .

*** أنـواع المهـارات :**

المهارات يمكن تقسيمها إلى عدة ألوان ولكن ما يهمنا هنا هو المهارات الأساسية الواجب توافرها بشكل عام لدي المتحدث الرسمي بصفة خاصة لذلك أميل إلى تقسيم المهارارت إلى :

(أ) المهارات الشخصية .

(ب) المهارات المهنية والتنظيمية .

(ج) المهـارات العقليــة .

أ) المهـارات الشخصيـة

كل عمل يقوم به الانسان يحتاج إلى مهارات متنوعة بحيث تساعد على انجاح العمل المراد تنفيذه .

وهذه المهارات وتلك ، لابد من السعي الفردي والجماعى لاكتسابها ، وليتم الإلمام بهذه المهارات فلابد أيضاً من التعاون بين الفرد والمؤسسة لأن النتائج المرجوة يعود نجاحها لكلا الطرفين .

١ـ المهارات تشتمل عناصر نجاحها على القدرة على التخطيط الفردي والجماعي بمعنى أن العمل المبنى على التخطيط تكون فرص النجاح له أشمل وأدعى إلى تحقيق الأهداف ؛ لأن التخطيط بصفة عامة أسلوب منهجى يضع عوامل النجاح (وما قد يعترضها من عقبات واضحة للمؤسسة ومن يمثلها ؛ وبالتالى يتم علاج تلك العقبات من خلال تهيئة السبل التى تقود إلى الوصول إلى الهدف بأقل جهد وأسرع وقت ممكن وبالتكاليف الملائمة .

وما لم يكن الفرد متسلحاً بالعلم والمعرفة والخبرة فإن ذلك سيجعل الطريق أمامه سهلاً ومريحاً للوصول إلى الهدف .

٢- القدرة الفردية على التحليل والتلخيص .

لأن ذلك يجعل عناصر المشكلة واضحة وسبل معالجتها بينة ، ومن ثم يتم الوصول إلى الهدف بأقل التكاليف وأقصر الأوقات ، وبالمقابل فإن العمومية والسرد قد يكونا عقبة فى الوصول إلى نتائج واضحة . بل قد يؤدي ذلك إلى سوء الفهم من قبل المتلقين ، فتكون النتائج عكس ما تهدف إليه المؤسسة من خلال استعراضها لقضية ما .

٣- قدرة المتحدث الرسمي على تقبل الآراء من الزملاء ، ومن الملتقين حيال ما يثارفي المناسبات الإعلامية وما يدور فيها من تغطية .
لأن الآراء التى يدلي بها المتلقون تساعد على تقويم أسلوب التغطية لغوياً،وما قد يرافق ذلك من حركات يستخدمها البعض كوسيلة للإيضاح ؛ وللاستيضاح .

٤- قبول الآراء الواردة ومن ثم تعديل رأى المتحدث الرسمي في ضوء ما يدور في ميدان التغطية الإعلامية لحدث ما . ومن ذلك المصطلحات التى يستخدمها الطرفان ، لأن هناك اختلاف في الفهم لمصطلح ما بسبب اختلاف اللهجة أو أسلوب العرض .لأن التمسك بالرأى بدون مرونة سلوكية قد يوجد تباعداً فى فهم الآراء وخاصة إذا كان المصطلح له أكثر من مفهوم .

٥- إتاحة المجال للآخرين للإيضاح والاستيضاح أثناء النقاش ؛ لأن ذلك يجعل كل طرف يعبر عن رأيه ، وفي ذلك وسيلة لعدم التعصب لوجهة نظر بعينها وفي الوقت نفسه فإن على المتحدث الرسمي أن يتعلم أسلوب المشاركة فى الأداء الجماعى مع من يكون له تواصل معهم ؛ وبخاصة فى المؤتمرات الصحفية والإعلامية .

٦- الحرص على تبنى مهارات اتصالية قائمة على التفكير الناقد الذي يقود إلى فهم مغزي عملية معينة وكيفية تفسير سلبياتها وإيجابياتها .

- هذه العناصر – المشار إليها أعلاه – تعد ضرورة اتصالية بسبب تطور وسائل الاتصال وتجددها . إذا لم يعد التواصل الإعلامي مجرد إبلاغ معلومة معينة ، وبأسلوبها قد يوحي بفرض وجهة النظر مما قد يقود إلى عكس المقصود .ومن أجل توصيل الرسالة المراد نقلها للجمهور فإن هناك عناصر مهمة لابد من توفرها فى المتحدث الرسمي ، ومن ذلك :

- المعرفة الجيدة باللغة ، وألفاظها ، ومعانيها التى تكون فى النهاية الملكة التعبيرية .
- التمتع بحس إعلامي متميز .
- الموهبة والكفاءة والقدرة على الاتصال الاعلامي بمهارة عالية .
- الرؤية الثاقبة فى تناول قضايا الأجهزة الحكومية ، ودراستها ، وتحليلها بدقة وموضوعية ، ومن ثم تملك القدرة على وضع الحلول المناسبة .
- التمتع بأخلاقيات المهنة ، وإجادة التعامل مع الآخرين ، وتحمل مسئولية الكلمة وأمانة الطرح ، وتقبل النقد البناء المحاط بثقافة إعلامية
- القدرة على الاتصال ومعرفة كل جديد فى عالم الاتصال الذي يتجدد يومياً.
- القدرة على تبيق المهارات المكتسبة من اللقاءات الاعلامية والدورات التدريبية .
- تواكب مجريات الأحداث فى المؤسسات ، ومتابعتها فى مختلف وسائل الاعلام .

يضاف إلى ذلك المؤهل المناسب ، والقدرات الإعلامية والفنية المناسبة ، ومنها:

- خبرة في العمل الصحفي مع معرفة قوية في التعامل مع الشبكة العنكبوتية .
- القدرة على جمع الأخبار وصياغتها بأسلوب يوضح مغازيها ، ويعين على نشرها .
- السرعة والمرونة والقدرة على التعامل مع الآخرين .
- القدرة على تفهم خصائص الوسائل الإعلامية الأخري المتاحة فى اللقاءات الإعلامية ، ومحاولة توفير ما يغطى متطلباتها .

ب) المهارات المهنية والتنظيمية اللازم توافرها لدي المتحدث الرسمي:

١- الخبرة في العمل الإعلامي حسب الوسيلة التى يرغب ممارستها؛ مثل الوسائل الورقية أو الالكترونية أو المسموعة ، أو المرئية ولعل طرق كل هذه الوسائل يعد وسيلة نجاح للمتحدث الرسمي لأن تداخل هذه الوسائل صار واقعاً في المؤتمرات واللقاءات الإعلامية ، لابد من التعامل معه بكفاءة .

٢- القدرة على جمع الأخبار ، والإحاطة بها فى المجال الذي هو مسئول عنه ويزيد من فاعلية الإعلامي الناجح القدرة على التغطية الموضوعية للحدث دون مبالغة أو تخاذل لأن أى تقصير من جانبه سيكون نافذة يلج بواسطتها سوء التغطية أو التمادي فى تفسيرها .

٣- المرونة فى التواصل مع مصادر المعلومات ، ومن سوف يقوم بنشرها ، وتغطية الحوادث والفعاليات التى تهم المؤسسة التى يخدمها الإعلامي .

٤- مواكبة التقنيات الإعلامية وتطوراتها ، من أجل استخدامها فى إنجاح العمل الذي يمارسه فالتقنية الحديثة صارت تتسابق بل ربما صار بعض أدواتها ووسائلها (خارج المدينة) لبروز ما هو أكثر فعالية وأسرع في التعامل فمن تقاعس عن المتابعة فهو الخاسر مقارنة بزميله الذي يتابع التقنيات ، ويستفيد من إنجازاتها .

٥- التطوير الذاتي لأسلوب النقاش والحوار الآلي مع جهات متعددة وبأساليب سريعة .

ج) المهارات العقلية Intellectual Skills :

تمثل المهارات العقلية الطرق العامة في العمل والتعامل مع متطلبات الإنجاز والتفوق وهي تشمل خمسة فئات رئيسية:

١- الفهم Comprehension :

- وهي من أكثر الفئات شيوعاً فى الأداء المهارى – ويقصد بها أنه عندما تعرض على الأفراد معلومات معينة فإنه من المتوقع أن يعرفوا ما تعنيه هذه المعلومات ويستطيعوا أن يستخدموا المواد والأفكار المتضمنة فيها .

- نشاط عصف جماعي حول هل يمكن القيام بأى عمل دون الفهم مع ضرب الأمثلة .

٢- التطبيق Application :

- ويقصد بها أن بلوم استخدام التجريدات سواء كانت أفكار عامة أو قواعد أومبادئ أو نظريات فى مواقف جديدة وقد تكون الأفكار أو المبادئ أو النظريات جديدة وتحتاج نشاط من المتعلم مختلف عن كونها قواعد أو أفكار أو نظريات شائعة وعامة ويجد المتعلم سهولة فى التطبيق .
- نشاط فردي حول تذكر بعض الأفكار أو القواعد أو النظريات العامة الشائعة، ومجالات تطبيقها فى مقابل محاولة تذكر الجديد منها ومجالات تطبيقها .

٣- التحليل Analysis :

- هي عملية تجزئه المحتوي أو البنية المعرفية إلى عناصرها الأساسية أو أجزائها التى يتألف منها وتنقسم إلى ثلاثة تحليلات وهما :

(التحليل للعناصر)الأساسية التى تتكون منها القواعد أو الأفكار أو النظريات(مثل الفروض المحددة لأي نظرية ، أو الحقائق المرتبطة بالأفكار والمبادئ).

(تحليل العلاقات)يقصد به تحديد العلاقات الأساسية التى تربط بين عناصر المحتوى ، أو بين الفروض والأدلة التى اعتمد عليها فى صياغة الفروض .

(تحليل المبادئ)هو الأكثر تعقيداً حيث يتطلب التعامل مع بنية المحتوى وتنظيمه ويشتمل على الأسس والمبادئ والاتجاهات التى تجعل المحتوى وحدة كلية .

٤- التركيب Synthesis :

- هو تركيب العناصر أو الأجزاء بحيث تكون كلا وهي بذلك عكس التحليل ويتضمن التركيب التعامل مع هذه العناصر أو الوحدات أو الأجزاء من حيث ترتيبها والربط بينها على نحو يوضح بنيتها التى كانت من قبل أو تؤدي إلى إيجاد بنية جديدة – ولها ثلاث فئات فرعية هى :

إنتـاج محتوي فريـد

من خلال إعادة تركيب العناصر أو الأفكار أو الوحدات فى علاقات جديدة بحيث تؤدي إلى وجود محتوي جديد مثل كتابة الشعر أو القصـة .

إنتاج خطة عمل أو مشروع

من خلال جميع المعلومات المتاحة المرتبطة بالعمل أو المشروع يمكن تحديد متطلبات العمل أو وضع خطة المشروع ويتحدد فيها دور كل فرد .

إنتـاج العلاقـات المجردة

من خلال المعلومات المتوفرة يمكن اشتقاق مجموعة من العلاقات المجردة من أجل تصنيف أو تفسير هذه المعلومات ثم التوصل لمبادئ أساسية .

٥- التقويم Evaluation:

- هي عملية عقلية يصدر من خلال المتعلم أحكاماً حول قيمةالمحتوى الذي يدرسه- وهذه الأحكام قد تكون كمية أوكيفية لتحديد مدي ملائمة المحتوى لمحكمات معينة – وتنقسم لفئتين همـا :

- الحكم فى ضوء الأدلة الداخلية

المقصود هنا تحديد مدي دقة وصلاحية المحتوي في ضوء شواهد داخلية منطقية مثل اتساق المبنى والترابط بين الأجزاء وتقديم تفسير واضح .

- الحكم في ضوء المحكات الخارجية

عندما يقوم المحتوى وفقاً لمحكات خارجية مثل مدي تحقيقه لأهداف معينة أو المقارنة بينه وبين محتويات مماثلة .

ولتحقيق هذه المهارات (الوصول إلى تحقيقها) ينبغي عمل التالي

- إحداث قدراً متزايداً من التكامل بين برامج التعليم والتدريب الإعلامي .
- أهمية التعاون بين القطاع الحكومي والخاص فى النهوض بالتعليم والتأهيل والتدريب الإعلامي .
- ينبغي دراسة وتبنى أشكال آخري من التعليم ، مثل التعليم الحر ، والتعليم عن بعد ، والتعليم الأهلي ، كما يجب تحديد الرؤية للتدريب .

- تدعيم الوحدات التدريبية بالجامعات والمعاهد والأكاديميات التى تدرس الإعلام ، مع ضرورة زيادة عدد الساعات المخصصة للتدريب العملى فى مقابل الساعات المخصصة للتدريس النظري .
- التعاون المشترك بين مؤسسات ومراكز التدريب العربية ذات الطابع الإقليمي بما يعود بالنفع على المتحدثين الرسميين وعلى الممارسات الإعلامية .
- الاهتمام باستقطاب الخبرات الأجنبية والعربية للاضطلاع بمهام التدريب والتأهيل للمتحدثين الرسميين.
- الإعداد العلمي الدقيق للمحتوي التدريبي والمادة العلمية .
- اتباع آليات علمية مقتنة لتقويم المردود التعليمي ، والتدريبي لدى الطلاب والمتدربين .
- أهمية تدريب المتحدثين الرسميين والطلاب على العمل الجماعي (لدي المتدربين) مثل القدرة على التفكير ، وعصف الذهن ، والنقاش والتعبير ، وحرية إبداء الرأى ، والقدرة على التلقى ، وتمثيل المعلومات ، والتكيف ، وإثارة الدافعية للعمل ، وتنشيط المشاركة الإيجابية .
- الاهتمام المستمر بتطوير القدرات الاتصالية والمهارية والتدريبية للقائم على عملية التدريب فيما يتعلق ببرامج تدريب المدربين .

وهنا ؛ لابد من التوقف عند مفهوم التكامل بين الثقافة والاتصال ، فإذا استخدمنا مصطلح (الثقافة) فهذا يعنى مجموع إنجازات الإبداع الانساني أى كل ما أضافة الانسان وإذا اعتبرنا مصطلح الثقافة (تجسيداً لكل ما يسمو بالحياة الانسانية ليضم كافة جوانب الحياة وكل طرائق التفاهم) ،على ضوء هذا فإن الاتصال بين الناس على حد سواء ، عنصر أساسي في كافة نواحى الحياة ، ومن ثم فى كل ثقافة . ويعتبردور الاتصال والإعلام بمثابة دور الناقل الأساسي للثقافة ، إذ إن وسائل الاتصال ما هى إلا أدوات ثقافية تساعد على دعم المواقف أو التأثير فيها ، وعلى تعزيز ونشر الأنماط السلوكية ، وتحقيق التكامل الاجتماعى ، وهي تلعب (أو يتعين عليها أن تلعب) دوراً أساسياً في تطبيع السياسات الثقافية .

المهارات الشخصية الواجب توافرها لدي المتحدث الرسمي

(أ) مهارات الحديث الفعال :

تعتبر مهارات التحدث من المهارات الهامة في الاتصال الشخصي بالاخرين ، وبالرغم من أن القدرة على الحديث متوافرة لدى الغالبية العظمى من الناس بغض النظر عن السن أو المستوي الثقافى أو الاجتماعى ، إلا أن هناك فرق كبير بين القدرة على الحديث ومهارة أو فن الحديث ، فالمهارة تتطلب اختيار محتوي الحديث ومضمونه واستخدام نبرة الصوت المناسبة ومراعاة الفروق الفردية بين الناس بجانب اختيار الوقت المناسب للحديث ومعرفة الأثر الذي تركه الحديث على الآخرين .

وتعتبر مهارات الحديث الهامة بالنسبة للأفراد الذين يتضمن عملهم قدراً كبيراً من التعامل مع الآخرين سواء على صورة مقابلات أو التحدث فى الهاتف ، وبالرغم من أن القدرة على الحديث متوافرة لدي الغالبية العظمي من البشر بغض النظر عن السن أو المستوي الثقافي أو الاجتماعي ، إلا أن هناك فرق بين القدرة على الحديث ومضمونه واستخدام الصوت المناسب ومراعاة الفروق الفردية بين الأفراد الذين يتحدث إليهم واختيار الوقت المناسب للحديث ومعرفة الأثر الذي يتركه الحديث على الآخرين .

سادسا : المعوقات التي تواجه المتحدث الرسمي

١- اختلاف العادات والتقاليد لكل من المرسل والمستقبل .
٢- عاتق الإدراك الفردي وحالة الفرد النفسية .
٣- الإختلاف بين المرسل والمستقبل من حيث المستوي الثقافي والمؤهلات والخبرة والقيم والمبادئ .
٤- درجة ثقة المستقبل فى المرسل .
٥- خبرات المستقبل في السابقة المرسل .
٦- استخدام المرسل لألفاظ تحمل أكثر من معنى .
٧- فقد جزء من المعلومات أثناء عملية التوصيل .
٨- استخدام لغة خاصة أو مصطلحات فنية لا يفهمها المستقبل .
٩- عدم اختيار المرسل الوقت المناسب لإتمام عملية الاتصال .

١٠- زيادة عدد االرسائل الموجهة من المرسل إلى المستقبل عن قدرة المستقبل فى فهم هذه الرسائل .

١١- المركز التنظيمي أو الاجتماعي للمستقبل .

١٢- عدم قدرة المرسل على التعبير عن المعنى بوضوح .

*** تنمية مهارات الحديث الفعال:**

يمكنك أن تنمى مهاراتك فى الحديث بإتباع الإرشادات التالية :

١- توقف عن الكلام بين لحظة وأخري أثناء الحوار حتى تعطى للمستمع فرصة للتعقيب على الرسالة .

٢- راقب حركات وسكنات وجه المستمع جيداً حتى تتبين مدي فهمه للرسالة ودرجة اهتمامه بها .

٣- أنصت جيداً لتعليقات المستمع ولا تعطى انطباعاً بأنك متعجل أو غير مهتم بتعليقاته .

٤- حاول أن تنظر إلى وجه المستمع وتجنب الإنشغال بأى شئ يؤثر على انسياب عملية الاتصال (مثال ذلك اللعب بسلسلة مفاتيح أو النظر لمكان آخر) .

٥- حدد نبرة الصوت التى تناسب المسافة بينك وبين المستمع .

٦- تجنب استخدام الألفاظ التى تحمل أكثر من معنى أو مصطلحات فنية التى قد يجهلها المستمع .

٧- تجنب استخدام مصطلحات أجنبية إذا لم يكن لها ضرورة أو لا يعرف المستمع اللغة الأجنبية .

٨- تفهم الحالة النفسية والمزاجية للمستمع واعرف أن الموضوعية المطلقة هدف بعيد المنال وأن الإختلاف في الرأى لا يفسد للود قضية .

٩- لا تقاطع المستمع أثناء رده على رسالتلك .

١٠- خاطب المستمع على قدر ثقافته ، فإن ذلك يساعد على استقرار عملية التواصل وانسيابها .

١١- تأكـد مـن تـوفير المنـاخ المناسـب لـضمان عمليـة الاتـصال ، مثال ذلك :

ريقـة وقوفـك أو جلوسـك أثنـاء الحـديث ، فـإن الأمـور تعكس مـدي اهتمامك بالمستمع.

١٢- اعـرف أن المستمع ينصت دائماً لما يريد أن يسمعه .

١٣- تجنب أثقال المستمع بالتفاصيل والأرقام .

١٤- كن حذراً أثناء الحديث فإن المستمع يصدقة بناء على الثقة فيك .

١٥- حافظ على ابتسامتك وهدوء أعصابك أثنـاء الحـديث ويمكن تلخيص ذلك في كلمة واحدة كن منصتاً قبل أن تكون متحدثاً .

فقد أضـاف كـلاً من مـصفي محمـود أبـو بكـر ، عبـد الله بـن عبـد الـرحمن البريدي عدة نقاط لتنمية مهارة الحديث كالآتـى :

أ- اعرض ما تريد ان تقدمه من معلومات بصورة لا تثير دافع الاعتراض أو رد الفعل الدفاعى أو الاتجاه السلبي لدى الطرف الآخر .

ب- استخدم صيغ التساؤلات التـى تـدفع الطـرف الآخـر للإجابـة " بـنعم " لتوسيع نطاق الاتفاق وزيادة مساحة المنطقة المشتركة معه .

ج- إحـذر من ان تنشغل بالتفكير في تحضير الرد على الطرف الاخر أثنـاء الكلام وقبل أن ينتهى من حديثه ، لأن حدوث ذلك يعنى أنك لم تتـابع حـديث الطرف الآخر ولم تتفهم رأيه كاملاً .

هـ - عليـك أن تلتـزم بأصـول وآداب المقاطعـة للطـرف الاخـر ومنها ما يلي:

- اعرض بدائل محددة لمواجهة الإطالة أو الاطناب في الحديث من الطرف الآخر .
- استخدم التـساؤلات لمواجهـة سـلوك الطـرف الآخـر فـي تعمـد الخروج عن الموضوع الأساسي وإدخال موضوعات جانبيـة أو هامشية وإعادة الحديث إلى أصل الموضوع .
- اسـتخدم أسـلوب الإسـتئذان بـشكل لبـق لتقـديم وجهـة نظـرك أو اعتراضك أو تحفظك .

(ب) مهارات الإنصات الفعال:

الإنصات لا يعنى الاستماع ، فالاستماع هو الجانب العضوي من عمليه الإنصات ممثله في صوره الإحساس بالموجات الصوتية فقط ، يلي ذلك ثلاث مراحل أخرى حتى يتحقق الإنصات وهى : التفسير ، والتقييم ، والاستجابة .

- الإنصات الفعال :

هو الاستماع المكرر لمجموعه من المعلومات حول موضوع ما يحاول المرسل إيصالها إلى المرسل إليه ، وذلك لتحقيق التفهم الكامل لذلك الموضوع دون أيه مقاطعه من المرسل إليه ، ولا شك في إن من يملك مهارات الاصغاء فانه يملك أحد مقومات الاتصال البشرى الفعال ومن لايملكها فهو إنسان فقد الطريق الى هذه الغاية ، فإذا كنت تتحدث مع أخر في الطريق وإثناء الحديث مر إمامكما قطاراً على بعد أمتار معدودة منكما وكان ضجيجه عالياً – ما الذى تتوقعه فى هذه الحاله؟ لاشك أن كل ما قيل أثناء مرور هذا القطار قد فقد تماماً ، واذ ان ضجيج القطار قد أحدث تشويشا كفيلاً بإعاقه الاستماع وهنا نشير ان هناك فرقاً بين الاستماع والاصغاء فالاستماع هو عدم التفرغ التام لأليه الإصغاء مثل الاستماع الى الراديو أثناء أداء العمل أما الإصغاء هو الاستماع المركز .

مستويات الإنصات :

عندما تستمع إلى حديث يدور حولك وانت تتعلم اوتقرا كتابا بتركيز حيث لاتعطى لما يدور من حديث حولك اذناً صاغية ولكنك فى نفس الوقت تعلم ان هناك حديثاً يدور حولك ، وبأمكانك الانتباه الى جزء معين فيه والتركيز عليه والإصغاء اليقظ قد تلاحظ ذلك فى المناسبات الاجتماعية او فى اللقاءات الجماعيه حيث يبدو لك المستمع مصغياً باهتمام أنت تتكلم ولكنه فى الحقيقه يفكر فى اشياء أخرى ويخطط لمقاطعه حديثك او انهائه .

الإنصات :

ويعنى تفاعلك وتركيزك مع المتحدث ومحاوله معرفه أفكاره ومشاعره ومتباعته ، بشده واهتمام ، وهذا هو الإصغاء الفعال والمطلوب لتحقيق الاتصال مع الاخرين عند حديثهم معك .

قواعد أساسيه في الإنصات :

- التفرغ التام وعدم الانشغال بأشياء أو موضوعات أخرى .
- تركيز الانتباه على كل ما يقوله المتحدث من أفكار رئيسية .
- إعطاء الفرصة للمتحدث ليقول ويعبر عن كل ما يريد .
- الإصغاء لغرض الفهم لا لغرض المناقصة والمعارضة .
- الانتباه لكل كلمه تقال .
- الانتباه للتعابير اللفظيه عن المتحدث (الأيماء – حركه الايدى – العيون)
- محاوله قراءه مالم يقله المتحدث بصراحه .
- تجنب التسرع فى اتخاذ القرار أو الرد والاستجابه .
- تجنب تصنيف المتحدث وإطلاق الأحكام القاطعة قبل الانتهاء .

كيـف تحافظ على تركيزك للاتصالات ؟

من المشكلات التي تواجه عمليه الأصضغاء إن العقل يمكنه أن يعمل بسرعة تفوق سرعه التفوه بالحديث ، لذلك من الطبيعي أن يشرد ذهن المستمع خلال حديث أحد الإطراف معه ، ولكي تمنع شرود ذهنك وترفع من درجه التركيز فى الإصغاء فأنه ينبغي أن تراعى الأتي :

- إن تجلس بالطريقة التي تجعلك تسمع وترى المتحدث جيداً .
- إن تركز وتشغل نفسك بما يقال .
- أن تكون مرتاحاً وغير منشغل بأي شيء أخر .
- لاتتخذ موقف مسبقاً من المتحدث أو الموضوع .
- تجاهل الأمور الفرعية التي قد تلفت نظرك .
- يمكنك أن تدون ملاحظاتك .
- تأجيل حكمك او اتخاذ القرار باتجاه المتحدث حتى ينتهى من حديثه .
- لا تحاول المقاطعة بتصحيح كلمات المتحدث عندما يلفظها بطريقه خاطئه .
- اضبط ردود فعلك تجاه الكلمات المثيرة او المحرجه .
- لا تنخدع بالمظهر الخارجى للمتحدث فتصدر عليه أحكاماً مسبقه بناء على هذا المظهر .
- إسأل عما غمض عليك من حديث لتؤكد للمتحدث تفاعلك معه .

- حاول ان تفهم الأمور من خلال وجهه نظر المتحدث .
- حاول ان تكشف الهدف الذى يرغب المتحدث فى الوصول اليه .
- كيف تتحول من مستمع الى منصت ؟ فيما يلى أسس علميه وعمليه تمثل الجوهر لعمليه الانصات باكتسابها وممارستها تصبح منصتاً فعال .

*** لكى تكون منصت جيد :**

- لاترفع التكلفه بنيك وبني المتحدث بوجود اشخاص اخرين مهما كانت علاقتك به .
- لا تنتقل بموضوعات الأسئله بسرعه كبيره ، فهذا يجعل المتحدث يشعر بانك غير مهتم بما يقول .
- سجل بعض النقاط المهمه .
- أسأل عند الحاجه .
- انظر الى عينى المتحدث ولا تقاطعه .
- لا تنشغل باى شيء كالعبث بمداليه أو التحدث مع شخص اخر .
- تجنب الشرود الذهنى .
- اترك مسافه مناسبه بينك وبين المتحدث (المسافه المناسبه تعادل المصافحه بالأيدى) .

تجنب هذه الردود

- لا تستخدم كلمات ذات صفه عامه مثل : لم أفهم شيئاً ، ما ذا تقول ؟ لا أعرف ماذا أفعل .
- لا أرى ان هذه قضيه ذات قيمه .
- لايهمنى طالما ان الموضوع لايخصنى .
- انا حر فيما أفعل .
- لا تتدخل .... الأمر لا يعنيك .
- هذه بسبب أخطاء (فلان)
- لا يمكن لهذا الحل ان ينجح .
- الم يخبرنى أحد بذلك .
- لقد اعتدت العمل بهذه الطريقه .

السكوت فى مواقف معينه .

من الأمور المهمه فى الارتقاء الوظيفى (السكوت) فإن النتائج المترتبه على الاعمال لاعلى الأقوال ، والقول فى غير موضعه كثيراً ما يسبب الفشل والسكوت المراد منه ان يكون عن الأمور التاليه :-

أولاً : عن الإنقاد ، فلا يفتح الإنسان فاه بانتقاد انسان أخر مربوط بالعمل أو غير مربوط به ، فإن انتقاد الانسان المربوط بالعمل وان كان على حق يثيره ، مما يسبب التقليل من نشاطه ، او قيامه برد فعل ضد المنتقد ، والانتقاد غير المربوط بالعمل بسبب إثارته بما لاداعى له ، فيؤثر كلام ذلك المنتقد فى اعصاب ونفسيه هذا المنتقد وينقص منه وكلا الأمرين يؤديان الى اتضطراب بالعمل وخلق المشاكل .

ثانياً : عن الانتقاد الموجه اليه ، فإنه مهما بلغ الأنتقاد ، فى النهايه لايؤثر فى الانسان اذا سكت ، خلال ما اذا اجاب المنتقد بالرد ، وان طال الزمان ، فان تكلم كانوا له او عليه.

ثالثاً:عن الهدر فى الكلام ، وهذا مما يبتلى به الكثير من الموظفين وقد كان احد أحزاب (اليابان) الكبار ، شعارهم : " قله الكلام كثر العمل " ، وما اجمله شعار ! وفى المثل ، العمل بكل صمت وهدوء علامة النجاح ، أما من تكلم قدر الضرورة لإنجاز مهمه فإن الكلام فى مثل هذا الموقع ضرورى وليس المقصود من السكوت الذى تجعله من شروط الموظف الناجح ، المنع عن مثل هذا الكلام " ان كان الكلام من فضه فالسكوت من ذهب "

تنميه مهارات الإستماع والإنصات:

يمكن للناطق الإعلامى ان ينمى مهاراته فى الاستماع والانصات من خلال مراعاه الامور التاليه :

أ – يؤدي عدم متابعه حديث الطرف الاخر الي عدم ادراك واستيعاب وجهه نظره او مطالبه ، مما ينتج عنه تعميق الفجوه بين اطراف التفاوض وعدم وجود منطقه مشتركه بينهم.

ب - يؤدي الاستماع الجيد والانصات العميق المتصل الي تفهم منهج تفكير الطرف الاخر، والتعرف علي مالديه من اوجه قوه ونقاط ضعف.

ج - يؤدي حسن الاستماع والانصات الي ادراك الطرف الاخر بأن لديه الرغبه القويه لتفهم اهدافه ، وثم ايجاد جو من التفاهم والود والثقه .
د- يؤدي حسن الاستماع والانصات الي التاكيد تمتعك بعقليه متفتحه واستعداد نفسي وذهني لما تقوله الاطراف الاخري .
هـ- يجب ان تدرك ان حسن استماعك للطرف الاخر وانصاتك له يعد اولي التضحيات التي تقدمها للطرف الاخر لاثبات جديتك وتقديرك له ، وعاده يحسب لك انك تنازلت من جانبك واتحت للطرف الاخر فرصه عرض مطالبه .
و- ان ادراك الطرف الاخر او شعوره بعدم اهتمامك بما يقول يعني عدم انصاتك له لفهم ما يريد او عدم احترام لحديثه ، ولهذا انعاكسه السلبي العميق علي احتمالات استمرار التفاوض واتجاهات سير عمليه التفاوض .

مهارات التحدث

- استند في حديثك الي الادله والبراهين واستشهد بالقرآن الكريم والأحاديث القدسية والاحاديث النبوية الشريفة
- اعط المستمع دورا في الحديث والمناقشه .
- لاتغرق في التفاصيل التي ليس لها علاقه بالموضوع .
- تحكم بمخارج الحروف.
- لا تبالغ في استخدام المصطلحات الفنيه التي قد تعيق فهم المستمع لما تقول.
- ابتعد عن مظاهر الشك والظن السئ .
- لاتكثر من الالحاح والمبالغه في طلب التاكيدات
- ابق الحديث واللوم في اطار مشكله العمل ولاتتطرق الي جانب الشخصي.

قواعد الايتيكيت في الحديث

- قلل من استخدام (الانا قدر الامكان)
- تحدث بصوت منخفض وتجنب الانفعال ولا القسم باغلظ الايمان لتاكيد امر ما.
- لا تدخل في حوار جانبي مع احد الحضور وتمهل الباقين .

- لاتتحدث بلغه لا يفهمها احد الحضور اذا كان بينهم شخص اجنبي او من لا يفهم اللغه العربيه التي تتحدثها بها ، لان في ذلك موضوع شك وتساؤل فيما اذا كان هو المقصود بالحديث.
- لا تستخدم كلمات حاده وجارحه مثل انت مخطئ بدلا منها قل يمكن عمل ذلك بطرقه اخري أو لتوضيح نقطه ما ؟ هل هى حقائق مجردة أم هى رغبه فى السيطره على محدثك ؟ حدد هدفك من المناقشه فإن ذلك سيساعدك فى اتباع الاستراتيجه المناسبه .
- إعرف جيداً من تخاطب : ماهى اتجاهاتهم نحو الموضوع ونحوك ؟ ماهى نقاط القوه والضعف لديهم ؟ مانوع الحاله النفسيه التى لديهم ؟
- لا تندفع فى المناقشة بدون معرفه الحقائق ، حينما تفهم تماماً موضوع النقاش وتتوقع كيف سيكون سلوك محدثك ، عندئذً تستطيع أن تعبر عن وجهه نظرك بفاعليه .
- قم بطرح أسئله للحصول على معلومات تساهم فى توضيح نقطه ما ، فإن طرح الأسئله سيدفع محدثك للإجابه بما يساهم فى تقويه موقفك
- كن مباشراً وانظر الى عينى محدثك فهذا يعكس الأمانه والانفتاح ويدل بان ليس لديك ما تخفيه .

- لا تحاول تبريراً أو تجاهل ما اذا ما لفت محدثك النظر اليه .

*** مهارات الكتابة**

- احضر جميع الأوراق والملفات ذات العلاقة .
- انتبه إلى الأرقام والرموز .
- لا تمزق الأصل خزن في الكمبيوتر .
- تجنب الأخطاء اللغوية (الأرقام – الأعداد – الأخطاء الإملائية الشائعة)
- لا تعتمد على المدقق الإملائي فقط .
- قسم الموضوع الى فقرات (مقدمه – عرض – خاتمه)
- استخدام علامات الترقيم .
- راع أصول التنسيق والعرض .

*** قواعد الإتيكيت في الاتصالات المكتوبة.**

- راع المستوى التنظيمى الموجه اليه الإتصال ، فاذا كان المستوى الذى تكتب اليه أعلى تنظيماً تكون الكتابه بأسلوب يتضمن طلب الاحاطه أو الرجاء او التكرم بالموافقه .
- اذكر الالقاب مع الاسم ان وجدت (الدكتور – الاستاذ – المهندس.. الخ)
- استخدم تحيه افتتاحيه مناسبه مثل :
- تحيه واحتراما ، تحيه طيبه وبعد ،
- وتفضلوا بقبول الاحترام .
- وتفضلوا معاليكم بقبول فائق الإحترام (مستوى تنظيمى أعلى)
- وتنتهي بتحية ختامية .
- راع أن يكون حجم ونوع الخط سهل القراءه ، فالكتابه بخط كبير أشبه بمن يصرخ في وجه القارىء والخط الصغير مثار سخط وتذمر
- تذكر ان النسخه الأصليه دائما للجهه المعنون اليها الاتصال .
- احرص على ثنى الورقه داخل المغلف بطريقه لا يضطر المستلم الى قلبها عند قراءتها .
- احرص على نظافه المغلف .
- لا تسلم مغلفاً مفتوحاً الى غير جهه الإختصاص .
- لا تطمس بالخاتم الرسمى معلومات هامه مثل التوقيع واسم موقع الرساله

مهارات التعامل مع الاخرين

لكى يكون أسلوب تعاملك مع الاخرين ناجحاً وفعالاً لا بد من اقامه علاقات طيبه مع الذين تتعامل معهم وان تتواصل بوضوح وان تتجنب المحاباة والتحيز ويمكن توضيح قواعد التعامل مع الاخرين كالأتى : -

* إقامه علاقات طيبه .

هناك كثير من الناس عملهم وهو مساعده الاخرين ومثال ذلك المدرسون والممرضات والأطباء وفنيو المختبرات .

واذا كنت عاملاً فى مجال المهن الطبيه المسانده ، فانك تنتمى ايضاً الى فئه المهنين المساعدين للناس ، ولكى تصبح عاملاً ناحجا لابد وان تقيم علاقات طيبه مع اولئك

الذين تود مساعدتهم ، ان اكتساب احترام الناس ومحبتهم وفهم نفسياتهم ومشاعرهم وادراك حاجاتهم يمكنك من تقديم الخدمه والمساعده فى أفضل مستوى ممكن لهم .ويساعدك فى التغلب على جميع الصعوبات وحل جميع المشكلات التى قد تواجهك أثناء عملك.

أى شخصيه أنت ؟

من انت (شخصيتك) وماذا تفعل (تصرفاتك) هذان امران يؤثران فى نظره الناس اليك وتفكيرهم فيك ، كما ان شخصيتك وتصرفاتك تؤثر فى نوع العلاقات التى تقيمها مع الناس فى المجتمع .

فأنت فى عمرمعين وتنتمى لأحد الجنسين والى عائله بعينها والى فئه اجتماعيه والى جماعه عمل معينه وربما تكون عضواً فى جماعه دينيه كل هذه العوامل تحدد كيف ينظر الناس اليك وماذا يتوقعون منك فأنماط السلوك المتوقعه من شخص ما تختلف باختلاف عمره وجنسه ديانته والعمل الذى يقوم به .

تعرف نفسك شخصيتك بملاحظة كيف يتصرف الناس اتجاهك فاذا كان الناس يتجنبوك بصفه عامه ، حاول معرفه ذلك ثم حاول تغيير تللك النواحى فى شخصيتك التى تزعج المحيطين بك.

كيفيه اقامه علاقات طيبه :-

كى تقيم علاقات طيبه لابد من قيامك باعمال أثناء قيامك بعملك ولابد ان يكون بامكانهم مشاهدتك ولابد من قيامك باعمال يحس الناس بقيمتها وفائدتها . ولابد ان تتصل بالناس وتعرفهم بطبيعه عملك ويجب ان تصغى اليهم أيضا اظهر لهم اهتمامك بمشاكلهم وحاجتهم . لا بد ان تكون موجوداً حين يحتاجون اليك .

- التواصل بوضوح.

فى كل يوم نمر به فى حياتنا نحاول مشاركه الأخرين أفكارهم ومشاعرهم ومعلوماتهم ، ويعرف ذلك بالاتصال والتحدث هو أكثر صور الاتصال شيوعاً الا ان هناك صوراً أخرى كثيره مثل :- الكتابه وتحريك الايدى والجسم وما الى ذلك .ان الاتصال جزءاً من علاقتنا الطبيعيه مع الآخرين ولاتقوم للعلاقات الطبيه قائمة من دون المشاركه فى الأفكار والمشاعر والمعلومات وعلى نفس المنوال فان

المشاركه تتم بشكل أيسر بين الناس تربطهم علاقات طبيه واقامه العلاقات الطبيه تسير جنباً مع تنميه مهارات الاتصال التى منها التحدث والعرض بوضوح .
ان هدف الاتصال الفعال هو التاكد من ان الناس يسمعون ويرون ويفهمون الرساله التى يتشاركون فيها ، لذلك فمن الضرورى التحدث عن هذه الرساله وكتابتها وعرض بأسلوب واضح وبسيط ، وفى المقام الأول استخدام كلمات يفهمها الناس ومألوفه لديهم وثمه جانب اخر هو الايجاز وعدم الاطناب فالحديث من شأنه ان يشعر بالملل ويغيب الرساله عن اذهانهم

- الإصغاء واظهار الاهتمام .

يقوم التواصل على الإرسال والاستقبال فعلى العامل فى مجال المهن الطبيه المسانده أن يصغى ليفهم اهتمامات وافكار الاخرين .
فالانصات هو طريقه للتعبير عن الاحترام ، لفهم ما يقوله الناس لك اهتماماً بالغاً ، وشجعهم على التحدث بحريه ، ولا توقفهم ولا تقاطعهم ولا تشرع فى جدالهم واثناء الانصات لا تلتفت الى أشياء أخرى ولا تشغل نفسك بالعمل بينما يتحدث الاخرون اليك .

- المناقشه والتوضيح

عقب انصاتك الى شخص ما عليك التأكد من انك سمعت حقيقه ما قاله وعندما تتحدث عليك بعد ذلك ان تتأكد من ان الشخص الأخر قد سمع وفهم رسالتك بشكل واضح وصحيح ، كما ان طرح الأسئله يمكن ان يساعد على توضيح ما يقال مما يزيد من دقه التواصل بين الناس .
كذلك يحسن ان تقوم بتلخيص ما يقال فبعد ان تستمع الى شخص ما حاول ان تذكر له ما تعتقد انه قد قاله ثم اسأله عما اذا كنت قد فهمت أفكاره ومعانيه وافعل الشىء نفسه عندما تقوم انت بالحديث ، شجع مستمعك على ان يلخص كلامك ، فهذا النوع من النقاش من شأنه ان يوجد اتصالاً جيداً .

- الموضعية

التحيز هو اتخاذ موقف مسبق من شخص أو قضيه بناء على معلومات أو افكار او معطيات سابقه وهو يعنى الحكم على شخص سلفاً لمجرد انه ينتمى الى جماعه معينه ، انه شعور قوى بالوقوف الى جانب الشخص سلفاً لمجرد انه ينتمى الى

جماعه معينه انه شعور قوى بالوقوف الى جانب الشخص أو ضده بسبب مستوى تعليمه أو مكان مولده ولكى تنجح فى التعامل مع الاخرين لابد ان تكون على وعى بأهوائك ومواقفك الخاصة ولا يبتغى أن تدع هذه العوامل تؤثر فى عملك فعليك ألا تحابى جماعة دون اخرى ، ومن الاهميه بمكان عزل المشاعر الذاتيه التى قد تسبب العناء او الأذى للجماعه التى تخدمها إن تدخل العامل الذاتى يقوض الثقه القائمه بين العامل وبين أفراد المجتمع والعلاقة الطبيه التى تربطنا بهم ، ويزيد من صعوبه العمل معهم ، علينا ان لا تتخذ المحاباه والتحيز سبلاً لمكسب نجنيه بينما لا يجنى الاخرون سوى الخسائر والمعاناه.

القواعـــد الماسيه فى التعامل مع الاخرين .

منذ بدء الخليقه والانسان بطبعه اجتماعى ، ويكره الوحده ، فتيخل نفسك بلا اناس من حولك ! هذه الصوره فعلا ستعيش بها إذا لم تحافظ على القواعد الماسيه

١- أصلح ما بنيك وبين الله ، يصلح الله ما بينك وبين الاخرين .
٢- ألق التحيه على من تعرف ومن لا تعرف .
٣- ابتسم فى وجه زميلك ، فالابتسامه تنبىء بنفسية الطرف الأخر ، وتشرح الصدر وتسهل التعارف والكلام .
٤- ضع نفسك مكان الاخرين ثم اسمعهم من الكلام ما تحب أن تسمع
٥- إعرف نمط الإنسان الذى تتعامل معه ، ثم حاول الدخول له من خلال النمط المناسبه له .
٦- حافظ على مشاعر الأخرين ، واختر كلماتك بعنايه .
٧- لا تغضب .
٨- كن بسيطاً وغير متكلفاً فى تعاملك مع الأخرين .
٩- كن متواضعاً ، يعلو شأنك .
١٠-اوف بوعدك ،وعهدك وموعدك واصدق حديثك .
١١-حاول ان تقول شكراً لمن أدى لك خدمه ، فوقعها كبير فى نفسه .

ايتيكيت التعامل مع الاجانب :

بعض القواعد العامه التى يجب مراعاتها فى التعاملات الدوليه ، وهى كالتالى :

١- احترم العادات والتقاليد الدينيه والاجتماعيه والسلوكيه للبلد الأجنبى .

٢- لا تذكر أبداً ملاحظات فيها نوع من الانتقاد فى أى شىء يتعلق بالشعب الاجنبى او سلوكياته ، حتى ولو على سبيل المزاح (فالاجانب قد لايتفهمون مزاحك معهم فى هذه المواضيع) .

٣- استخدم الألقاب المفضله والرسميه فى حديثك مع أى شخص اجنبى ، مع لقبه ومنصبه .

٤- استخدام أيه عبارات فنيه أو شعارات أو مأثورات مع الشخص الأجنبى بخلاف ذلك .

٥- تجنب استخدام أيه عبارات فنيه أو شعارات او مأثورات مع الشخص الأجنبى ، لأنها قد تكون مجهوله لديه .

٦- استخدام الرسميات فى حديثك للاجنبى ، الا اذا سمح لك الاجنبى بخلاف ذلك .

٧- اتبع الممارسات والتقاليد المرعيه فى البد الاجنبى فيما يتعلق بمواعيد العمل والالتزام باوقات الاجازات والعطلات .

٨- اطبع نفس بيانات كارت العمل الخاص بلغه العميل الاجنبى على الوجه الخلفى للكارت . وتجنب أيه اختصارات او معلومات قد تكون غامضه بالنسبه له .

٩- تفهم اذا كان الاتصال مع الأجنبى بمصافحه اليد مثلاً ، هل هو تقليد مستحب لديه أم مكروه ؟

١٠- أعلم ان تفسير نظرتك المباشره فى عين الإجنبى قد تعبر إما عن احترامك له أو عدوانيتك عليه .

١١- أدرس سلوكيات تناول الطعام فى البيوت والمطاعم فى البلد الاجنبى

١٢- فى المحادث تجنب الخوض فى الموضوعات الحساسه مثل : الجنس ، الدين ، والسياسه ، فتناول هذه الموضوعات بالحديث قد يضايق محدثك الأجنبى .

١٣-تعرف المحظورات فى الدول الاجنبيه فيما يتعلق بطريقه الملبس او تناول الكحوليات والسجائر وحتى بعض الأطعمه .

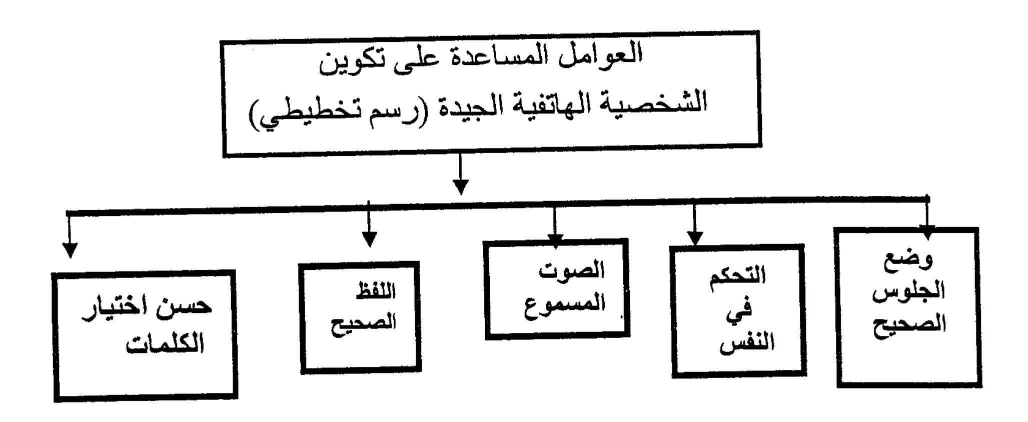
١٤-راع التقاليد الإجتماعيه للبلد الأجنبى فيما يتعلق بدور المرأة ووضعها داخل السياق الاجتماعي والعلمي .

(هـ) مهارات الإتصالات الهاتفيه .

كيف ترسم لنفسك شخصيه هاتفيه جيده ؟؟

الشخصيه الهاتفيه الجيده هى التى يرسمها المتحدث فى ذهن المستمع الذى يتحدث اليه عبر الهاتف بمجرد سماع صوته ، الصوت الهاتفى الذى يشيع الموده والاهتمام هو الصوت الفعال والذى يمثل الشخصيه الهاتفيه الناجحه ، أما الصوت الضعيف الذى يثير الملل وعدم الاهتمام فهو يدل على :

- عدم القدره على التصرف
- عدم الرغبه فى تحمل المسئوليه .
- عدم التعبير الجيد عن النفس



الوصايا العشر لاستخدام الهاتف

المهارات الفعالة في الاتصالات الهاتفية : استخدام التليفون	
١- وضع الجهاز من الناحية اليسرى	٢- وضع السماعة في مكانها الصحيح
٣- الاحتفاظ بأحدث الأدلة الهاتفية	٤ - الاحتفاظ بنماذج تسجيل المكالمات
٥- الإلمام بكيفية إجراء المكالمات ألدوليه	٦- اكتساب مهارة كتابه الرسائل الهاتفيه
٧- تجنب الاتصالات الشخصيه أثناء العمل	٨-التعرف على أماكن تواجد المدير وكبار الموظفين
٩- الإلمام بكيفية تشغيل الاجهزه الهاتفيه	١٠- تمثيل مدير المكتب لمديره

لنجاح الاتصالات الهاتفيه يجب ان يتمتع القائم بها بالمهارات المطلوبه ، وان يلم بالاداب الواجب مراعاتها فى هذا المجال ، فإذا التزم بتلك الآداب وطبقها فانه يخدم رئيسه وشركته ويحقق لنفسه مكانه وظيفيه عاليه ومرموقه .

ويحتاج القائم بهذا العمل إلى أربع مهارات متكاملة لزيادة فعاليه اتصالاته ، وهى

- استخدام أدله الهاتف والأوراق الصفراء .
- إجراء الاتصالات المحلية والدولية .
- استقبال الاتصالات الوارده وتحويلها .
- إدارة الحديث أثناء الاتصال .

وفى حاله الاتصالات الدولية يجب مراعاة مايلى :

١- الانتباه إلى فرق التوقيت .
٢- التأكد من مفتاح البلد والولاية أو المدينة .
٣- التفريق بين أرقام الهاتف وأرقام الفاكس .
٤- اللغة التي يمكن أو يفضل إن يدور فيها الحديث .
٥- تجهيز كل المعلومات والأرقام الضرورية لاستكمال المكالمة قبل إجرائها
٦- الاستعداد لتسجيل أيه معلومات أثناء المكالمات أو لتسجيل أرقام جديدة أو أخذ رسالة .

٧- الاستعداد لتقديم معلومات وافيه عن الموضوع والشخص المتصل وأرقام الاتصال به .

قواعد الاتيكيت في الاتصالات الهاتفية

فى كل مره ترفع فيها سماعه الهاتف فانك بذلك تعكس صوره منظمتك إمام الآخرين فبالنسبة لكل المتصلين أنت الشركة والمؤسسة والوزارة وهذه بعض المحاذير والنصائح التي يمكنك أخذها بعين الاعتبار :

١- لا تأكل أو تمضغ (اللبان) اللعك أثناء الحوار سواء كان فى فمك ماء او طعام ، تخلص منه قبل رفع السماعة .

٢- امنح محدثك الإحساس بان ما يقوله هام ولا تقاطعه ان اختلفت معه في الراى .

٣- حاول ان تبتسم وان كان المتحدث لا يراك . سيدرك المتحدث فوراً انك سعيد وراغب فى الحديث اليه . كما ان عضلات الوجه المنشرح تؤثر ايجابياً على نبرات الصوت .

٤- لا تتحدث مع أشخاص آخرين أثناء المكالمة الهاتفية . إذا اضطررت للحديث أو الاستفسار ، استأذن من المتحدث على الطرف الأخر موضحاً سبب المقاطعه .

٥- لا تنشغل فى أعمال جانبيه اثناء الحديث . فإن كانت المكالمه هامه يجب انهاؤها بكل تركيز ، وان لم تكن هامه يجب انهاؤها بكل لباقه .

٦- تحدث ورد دائماً بالكلمات لا بالهمهمات والاشارات .

٧- استخدم لغتك الأصليه دائماً ، ولا تتحدث بلغه أخرى الا اذا كان المتحدث لايتقن لغتك .

٨- اذا اضطررت لقطع المكالمه أو ايقافها ، اعتذر من المتحدث وبين له سبب الانقطاع .

٩- لا تستخدم لوحه مفاتيح الكمبيوتر أثناء الحديث ، واذا اضطررت لا ستخدامها لتسجيل المعلومات يمليها المتحدث ، وضح له ذلك

١٠- تذكر أن الشخص الذي بدأ المكالمة هو الذي يبتغى إن ينهيها .

(و) مهارة أداراه الوقت :-

هي تلك المهارات السلوكية التي تعنى : قدرة الفرد على تعديل سلوكه وتغيير بعض العادات السلبيه التى يمارسها فى حياته لتدبير وقته واستغلاله الاستغلال الأمثل ، والتغلب على بعض ضغوط الحياة .

ومن أهم هذه المهارات

١ـ الالتزام بالمواعيد واحترام الوعد والعهد والصدق في القول

- مهاره الفرد فى السيطرة على الوقت المتاح للعمل او عدم تحديد بدايه الأشياء ونهايتها .
- قوة الإراده والإصرار على تنفيذ المهمة فى موعدها مهما كانت الظروف
- الإلتزام والولاء للمهمه والعمل أو المنظمه او جماعه العمل .
- كسر الروتين والرتابه فى العادات والممارسات اليوميه والاصرار على النجاح والتفوق دائماً مهما كانت الظروف والعوائق النفسيه والاجتماعيه
- اكتساب عادات جديده واتجاهات ايجابيه نحو الوقت وتقديره واحترام الالتزام به وجعل هذه العادات الجديده سلوكاً دائماً .
- التفكير بحلول ايجابيه للمشكلات التى تواجه عمليات الالتزام بالوقت .
- وضع اهداف طويله وقصيرة الاجل وذات معنى للحياه والعمل والاستمتاع بتحقيق هذه الاهداف .
- توزرع ساعات العمل اليوميه والأسبوعيه والشهريه لتكون ساعات ممتعه وذات معنى ومشتمله على الجد والمرح والمتعه والهوايه والتشويق .
- عمل توازن بين النشاطات النفسيه والجسميه والذهنيه عن طريق ممارسه الهوايات الرياضيه والفكريه والألعاب والإجتماعات مع الأصدقاء والمعارف .
- التغلب على الضغوط الطارئة ومواجهتها بروح رياضيه وابتكار الحلول للتغلب عليها دائماً .

كيف تزيد فاعليتك فى إدارة وتنظيم الوقت :

اتبع هذه الخطوات :

- أعمل بذكاء وبتمهل وليس بصعوبة وتسرع .
- تعامل مع الأعمال الصعبة في الفترة الصباحية .

- حدد النشاطات والمهام التي تنوى أنت القيام بها .
- اجعل عمليه تبنى الأولويات ووضعها عاده من عاداتك الرئيسية .
- قم بعمل واحد في وقت واحد .
- أبعد أي شيء ليس له صله بالعمل الحالي .
- استفد قدر الإمكان من مبدأ التفويض .
- حدد أهدافك لتكون واقعيه وقابله للتطبيق .
- ضع جدولاً يومياً للاتصالات الهامة والمقابلات الهامة والاجتماعات .
- لاتؤجل الأعمال الهامة ذات الحاجة الملحة وحاول أن توجد حلاً لها .
- لا تحاول إن تنقل عمل المكتب إلى منزل .

القضاء على العادات السيئه :

لكى تكون فعالاً في إدارة وقتك لابد من القضاء على العادات السيئه التي تعيق من فعاليتك في ادراه وقتك بإتباع الخطوات التالية :

- حدد العادات السيئه والمطلوب التخلص منها .
- سجل الهدف بوضوح .
- حدد المشكلات المترتبه على هذه العادة .
- كن صبوراً واستعن بالآخرين .
- كن ايجابياً وابتعد عن تذكر الماضي أو استعادته .
- كن حازماً مع نفسك وفى تصرفك .

(ز) مهارة استخدام لغة الجسم

خلال السنوات الاخيره تم تأسيس واكتشاف علم جديد ومثيره هو علم لغة الجسم Kinesics، أسسه علماء السلوك والنفس بهدف دراسة معاني حركات الجسم والاشارات الحسيه التي يرسلها كل واحد منا إلى الآخرين بمعنى إن هذا العلم يهتم بدراسة السلوك أو الاتصال غير اللفظي ، وكما سنرى سنجد إن علوماً اخرى اهتمت بهذا العلم وحاولت إن تسهم في بناء قاعدة معرفيه له ، والأستفاده من موضوعاته في تطوير وتحسين عمليات الاتصال للمشتغلين في مجالات هذه العلوم المهنية .

لابد لك أن تتعرف على مهاراتك لغه الجسم إن تعرف على بعض التعريفات الخاصة بلغه الجسم كالأتي :

تعريف لغه الجسم :

هناك بعض التعريفات في هذا الشأن نذكر منها :

١- تعريف ادوارد هول Edward Hall : لغه الجسم هي لغه صامته Silent Language غير لفظيه تستخدم الإشارات والإيماءات الصادره عن جسم الإنسان فى المواقف المختلفه كناقل للمعنى .

٢- تعريف فريد لوتهانس Fred Luthans : لغة الجسم هى اتصال غير لفظى ولغه غير مكتوبه تشير الى استجابات الانسان غير الكلاميه مثل تعبيرات الوجه والإيماءات والاشارات والحركات والمسافه بين الأشخاص

٣- تعريف جون هاس John Hass : لغه الجسم تتضمن حركات الجسم سواء اردايه او غير اراديه بكامل الجسم أو بجزء منه لبث رسالة انفعاليه الى العالم الخارجى اى هى سلوك غير كلامى لدى الكائن الحى .

٤- تعريف الأن بيز Allen Beez : لغه الجسم هى اتصال غير لفظى يعتمد على التواصل بين المرسل والمستقبل باستخدام التلميحات والاشارات والحركات الصادره عن الجسم .

٥- تعريف نيرنبيرج وكاليرو Nernberg & Kalero : لغه الجسم هى لغة صامته ، يتم الاتصال فيها بدون كلام بواسطه الاشارات والايماءات والحركات الصادره عن الجسم .

٦- تعريف كناب وهول Knapp & Hall : لغه الجسم هى اتصال غير لفظى لا يعتمد على الكلمات والألفاظ فى توصيل الرساله من المرسل الى المستقبل ، بينما يعتمد على ما يصدر من الجسم من حركات واشارات وايماءات ونغمات الصوت .

٧- تعريف عبد الله بن عبد الكريم : لغه الجسم هى لغه غير لفظيه تشمل الحركات والاشارات والايماءات والتعابير الصادره عن اجزاء من جسم الانسان فى موافق مختلفه ، وهذه اللغه تحمل معانى ودلالات رمزيه

وتساعد على التواصل مع الاخرين والتأثير عليهم بطريقه ايجابيه أو سلبيه .

٨- تعريف حسين احمد شفيق السكرى : لغه الجسم هى الاتصال غير المنطوق من خلال حركات الجسم

٩- تعريف حسين حريم : لغه الجسم هى اى رساله ترسل وتستقبل مستقله عن الكلمه المنطوقه او المكتوبه ، وتتضمن عوامل مثل : استخدام الوقت المكان والمسافه بين الاشخاص وترتيب الجلوس وموقع المكتب والأثاث

فى ضوء ما سبق من تعريفات يمكن تعريف لغه الجسم بانها :

لغه الجسم هو اشارات وحركات اردايه وغير اردايه تصدر من الجسم باكلمه او بجزء منه : لارسال رساله انفعاليه الى المحيطين بالانسان ولهذه اللغه فروع ومفردات تتمثل فى لغات الوجه ، والصوت ، والاصابع ، واليدين ، واللمس ، ووضعيه وحركات الجسم ، والمظهر ، والألوان والمسافات ، والفراغ المكانى ، والدلالات الرمزيه لاستخدام الوقت .

١٠- تعريف الدكتور رفعت عارف الضبع : لغة الجسم هي جميع الحركات الصادرة عن أجزاء الجسم تحمل رسالة معينة إلى الآخرين

فروع لغه الجسم :

يمكن ان نقول ان لغه الجسم لها فروع او لغات عديدة نستخدمها فى الاتصال بالأخرين نذكر الرئيسى منها كالتالى : يقول الله سبحانه وتعالى :(وَإِذَا بُشِّرَ أَحَدُهُم بِٱلۡأُنثَىٰ ظَلَّ وَجۡهُهُۥ مُسۡوَدّٗا وَهُوَ كَظِيمٞ ﴿٥٨﴾

(سورة النحل ، الأيه 58) هو كظيم : ممتلئ غيظاً لا يستطيع له تصريفاً

١- تعبيرات الوجه والجبين والحاجبين :

الوجه الانسانى جهاز يتكون من ٤٤ عضله منفصلة ، اربع منها معده للمضغ ، والأربعون الباقيه خاصه بالتعبيرات

الوجهيه ، والوجه البشرى بهذا الرقم الكبير من العضلات يتفوق على كل الاجناس

يوضح برنت روبن Print Robin ان الوجه فىَ مجموعه يكون نظاماً متكاملاً ، تتفاعل فيه كل مكوناته من جبهة وحاجبين وعينين وانف وإذنين وشفتين وذقن ، وتوجد بينها علاقة متبادلة ، بحيث تؤدى جميعاً أعمالاً وظيفية (مكلمه للأعضاء الأخرى) بالأضافه الى مايسهم به كل منها من أهميه في المظهر الكلى للوجه

ويقول جون هاس John Hass إن وجه الانسان هو العضو الاكثر تعبيراً ، وهو يقوم بنقل كم ضخم من المعلومات لمن يقوم بملاحظته على نحو دقيق .

ويعبر الوجه عن سته من الانفعالات هى :

١ - السرور (السعاده) .
٢- الحزن .
٣- الغضب .
٤- الخوف .
٥- الدهشه .
٦- الأشمئزاز

ويشير عبد الله عبد الكريم الى ان الوجه هو أكثر الاماكن التى نركز عليها النظر عندما نتحدث ونتفاعل مع الأخرين من حولنا .

ويرى بول ايكمان Paul Ekman وزملاؤه أن دور الوجه فى التعبير عن الحاله النفسيه (سواء كانت فرحاً أو حزناً أو خوفاً ..) للإنسان ، أمر مشترك لدى كافة الجنس البشرى .

أى انه من خلال تعبيرات الوجه يمكن توصيل مشاعرنا للأخرين حبا او كرها تقبلا او عدم تقبل وبالتالى يحقق التوافق الاجتماعى الذى قد لا يتحقق دون هذه الرسائل ومن جهه اخرى تمكننا تعبيرات الوجه من اختبار حالتنا الانفعاليه ذاتها بدون هذه التعبيرات قد لا نشعر بالانفعال .

وهذا يثبت حقيقه المقوله الماثوره التى تقول : " مشاعرنا مكتوبه بوضوح على وجوهنا "

ففى إحدى الدراسات عرضت مجموعات من الوجوه المعبره عن حالات انفعاليه معنيه على جماهير من الطلاب والناس من فئات معينه مهنيه مختلفه فى ست حضارات هى اليابان ، البرازيل ، شيلى ، الارجنتين ، الولايات المتحده الأمريكيه ، طلب منهم جميعاً ان يصفوا الحاله الانفعاليه المصاحبه لكل صورة ، فتبين ان هناك تقارباً كبيراً فى الأحكام خاصه بالنسبه لسته انفعالات هى : السعاده ،

والخوف ، والدهشه ، والغضب ، والأشمئزاز ، والحزن ، وقد كانت النسبه على النحو المبين فى الجدول الأتى :

جدول رقم (٤)

النسبة المئوية للأحكام الانفعالية في حضارات مختلفة

البلد	حزن	اشمئزاز	غضب	دهشه	خوف	سعاده
اليابان	٧٤	٧٢	٦٣	٨٧	٧١	٨٧
البرازيل	٨٥	٨٦	٨٢	٨٢	٧٧	٩٧
شيلى	٩٠	٨٥	٧٦	٨٨	٧٨	٩٠
الارجنين	٨٥	٧٩	٧٩	٩٣	٦٨	٩٤
الولايات المتحده	٧٣	٦٩	٦٩	٩١	٨٨	٩٧

وتؤكد النتائج فى الجدول السابق ان احكام الأفراد فى الحضارات المختلفه على تعبيرات الوجه وما يرتبط بها من حاله انفعاليه تكاد تتطابق ، ويبدو ان ما افترضه داروين منذ اكثر من مائه سنه امر صحيح على الأقل بالنسبه للانفعالات السته السابقه واذا كانت الاحكام على الوجه بهذه الدقه ، فإن معنى هذه ان الوجه يتشكل بطريقه متماثله فى الحضارات والمجتمعات الانسانيه المختلفه عندما نكون بصدد التعبير القوى عن الانفعال .

ومن ضمن تعبيرات الوجه استرخاء الجبه الذى يدل على السعاده والراحه والطمأنينه وتقطيب الجبهه الذى يدل على الغضب أو الاعتراض والحاجبان أيضاً كما يشير محمد كشاش

الاتصال البصري : Visual Communicalion

يقول الله سبحانه وتعالى :

(إِنَّ ٱلسَّمۡعَ وَٱلۡبَصَرَ وَٱلۡفُؤَادَ كُلُّ أُوْلَـٰٓئِكَ كَانَ عَنۡهُ مَسۡـُٔولٗا ﴿٣٦﴾

(سورة الإسراء ، الايه ٣٦)

لحاسه البصر أهميه كبيره في حياة الإنسان فهي قناه رئيسيه الاستقبال الإشارة من العالم الخارجي هذا ويتسم الجهاز البصرى للإنسان بدرجه عالية من التعقيد .

وبصفه عامه فإن الجهاز البصرى يتكون من ثلاثه اجزاء هى العين والعصب البصرى والمركز البصرى فى المخ فالعين تقوم باستقبال الضوء الصادر عن الاجسام الموجوده فى البيئة المحيطه بالأنسان ثم تنقل الصوره بواسطه العصب البصرى الى المركز البصرى فى المخ ، والذى بدوره يقوم بتمييز وادراك هذه الصوره وتفسيرها .

ويطلق على الاتصال البصرى مصطلحات مشابهه مثل : الاتصال بالعين Eye Contact ولغه العيون Eye language.

ويوضح عبد الله الكريم بان :

نظرات العيون لها اهميه كبرى فى الاتصال البشرى والطريقه التى ينظر بها الفرد لشخص اخر ترسل الكثير من المعاني المتعلقه باهتماماته ومقاصده وميوله .

ويشير محمد كشاش الى ان العين تنطق باغراض شتى شانها شأن اللسان ولكن ميزاتها فى بعض الأحيان الكتمان والتورية .

بينما يرى رالف أميرسون ان عيون البشر تتحدث تماماً كألسنتهم لكن بميزه واحدة وهى ان لغه العيون لا تحتاج الى قاموس بل هى مفهومه فى جميع انحاء العالم .

ويقول الين بيز Allen Beez إنه عندما تنظر عين فى عين شخص تبدا عمليه الاتصال واشار ايضا الى ان ٨٧ % من المعانى تأتى عن طريق العيني ، و١٣ % عن طريق باقى الحواس ويعتبر اغماض العينين وفتحها بسرعه علامه على التوتر والقلق ، اما اغلاق العينين والتحدث الى شخص أخر فيعنى انه يحاول عدم الاستماع الى ما تقوله وهذه خاصة مرفوضة في آداب التعامل مع الآخر (فهو لا يستطيع اغلاق أذنيه ولذلك يقوم بإغلاق عينيه على سبيل الرمز) وكذلك فإن الاعتقاد الشائع بان الشخص الذى يكذب يحول عينيه عمن يتحدث اليه ويتجنب مواصله الاتصال بالعين وهو اعتقاد صحيح تمام باستثناء الشخص الذى يدرك هذه الحقيقه ويوقم بالمبالغه فى الاتصال بالعين فى محاوله لاقناعك بصدقه ، فبؤبؤ العين ينبسط عندما يشاهد الشخص او يسمع شيئاً طيباً وينقبض اذا كان الشيء غير ذلك

(وهى حركه ظاهرة يمكن لمن ينظر الى هذا الشخص ان يلاحظها) .

هذا ويمكن ادراك مشاعر الأخرين عن طريق النظر اليهم وملاحظه تعبيرات وجوههم ودرجه الاضطراب العاطفى اما بملاحظة ملامح الوجه او اتساع حدقه العين ويتضح ذلك من الاهتمام والتركيز او الصداقه او العدوانيه او الازدراء والتهكم

ولقد أشار كثير من الباحثين الى ان التقاء النظرات يدل على إبداء الرغبه فى التفاعل ولذا فلا غرابه فى ان نلاحظ أن الأفراد الذين يتبادلون النظرات فيما بينهم يكونون اكثر فاعليه فى تعاملهم مع بعضهم البعض .

إن الاتصال بالعيون مع الاخرين أحد اساليب تنبيههم بانك تتحدث معهم وتطلب منهم الانصات لك .اما ان تنظر الى الارض او السقف فهذا يعطى انطباعاً انك تتحدث الى الغرفه وليس الى الأشخاص وتلك صفة مرفوضة في آداب السلوك الاجتماعي مع الآخر

وهنالك سبب اخر هام للاتصال بواسطه العين فهذا الاتصال هو مصدر للتغذيه الاسترجاعيه يبلغك بمدى نجاحك امام المستمعين : هل يصغون اليك ؟ هل يفهمون؟ هل يتفقون معك ؟ هل انت تتكلم بسرعه ؟ هل تغطى جميع نواحى النقاط معينه ؟ إنك لن تحصل على جواب فورى على ذلك اذا لم تنظر الى المستمعين إذا كان المستمعون مجموعه صغيرة فيمكنك تحقيق الاتصال بالعين مع كل واحد منهم عدداً من المرات ولكن ذلك لايحدث بشكل الى انما يتطلب جهداً مخططاً ومدروساً من جانبك ، فإذا ما كان عددهم كثيراً يمكنك إعطاء انطباع بانك تقوم بالأتصال مع الأفراد بأن تركز على عدد قليل من الأشخاص فى مختلف انحاء القاعة ، فتركز على واحد ثم تسير ببطء الى الاخر ، ولكن لا تلقى بالنظرات السريعة ، ولا تنس الأشخاص الذين فى أقصى يمين القاعة أو أقصى يسارها .

إن أمثلة على لغة العيون كثيرة ، وتطبيقاتها متشبعة ، كما فى استغالا الأتساع اللاواعى لحدقة العين عندما يرى المرء شيئا يعجبة ويسره ، فقد أجريت تجارب ، على المستوى التجارى للالتقاط الأثر الذى يتركة الإعلان التلفزيونى على المشاهد ، فقد وضعت عينة على جمهور المشاهدين تحت التجربه والتقط فيلم تصويرى لعيونهم خلال فترة بث الإعلان ثم درس الفيلم بعنايه فى ما بعد لمعرفة متى تتسع حدقة العين ، أى متى يستجيب المشاهد بطريقة ايجابيه للأعلان .

٣- التعبير بالأنف : Nose Expressions

يقول الله سبحانه وتعالى :

(وكتبنا عليهم فيها أن النفس بالنفس والعين بالعين والأنف بالأنف والأذن بالأذن والسن بالسن والجروح قصاص)

والانف هو ابرز ما فى الجبهه وبه حاسه الشم وهو كما يشير عبد الله بن عبد الكريم يرمز للإباء بالسن والجروح قصاص)

ولمس الانف او حكه أثناء التحدث مع الغير قد يعتبر إشارة للشك او عدم الوثوق بالنفس وهو سلوك مرفوض في الذوق والتعامل مع الآخر

كما نلاحظ ان قيام شخص بالضغط على أو الأمساك بأنف شخص أخر أثناء حديث غاضب او شجار ، يرمز الى الإهانه والتحقير فى الثقافة العربيه وبعض الثقافات الأخرى .

٤- حركة الشفاه والفم : Lips & Mouth & Movement

الشفتان تستخدمان عادة فى الحديث والابتسامه والضحك وتبادل القبلات وتقوم لغة الشفاة على قراءة الشفاه ، وتعتمد على قدرة الشخص على ملاحظة الفم واللسان والحلق وترجمه هذه الحركات الى أشكال صوتيه .

وهذه الطريقة تعتمد أساسياً على مدى فهم الشخص للمثيرات البصرية المصاحبه للكلام ، كتعبيرات الوجه وحركة اليدين ومدى سرعة المرسل ومدى ألفة موضوع الحديث للمستقبل .

ومن التعبيرات الشائعة للشفاه يمكن ان نذكر :

١- التقبيل .
٢- مصمصة الشفاه للأمام تدل على عدم الرضا وهو سلوك مرفوض وفقا للاتيكيت
٣- ضم الشفاه للداخل مع الضغط عليها يدل على التوتر والقلق .
٤- الإبتسامه .
٥- الضحك .

وبالنسبة للتعبيرات الشائعة للفم يمكن ان نذكر

١- فتح الفم بدرجة كبيرة يدل على عدم التصديق .وهو سلوك مرفوض في الاتيكيت
٢- فتح الفم نصف فتحه يدل على الخوف .
٣- التثاوب يدل على الرغبة فى النوم وعدم الاستعداد للأستمرار فى الحديث مع الاخرين أو ان الوقت غير مناسب لاستمرار الاتصال بالاخرين .
٤- الضغط على الاسنان يدل على التوتر .

وسوف نتحدث هنا عن التقبيل والابتسامه والضحك كأمثلة على تعبيرات لغة الشفاه والفم والتى غالباً ما تدل على الحاله المعنويه المرتفعه لدى الشخص وعلى الحاله النفسيه الاجيابيه لديه من سرور وفرح وتفاؤل .

التقبيل :

للتقبيل انواع عديدة ، وكل نوع يدل ويشير الى معنى مختلف ومن امثلة هذه الانواع نذكر :

١- تقبيل الانسان ليده . وهذا يشير الى انه يحمد الله عل نعمة التى اسبغها عليه .
٢- تقبيل الإنسان ليد والدته أو والده أو أجداده ، وهذا يشير إلى مكنه هذا الإنسان من احترام وتقدير وحب لوالدية .
٣- تقبيل الإنسان لزوجته أو الزوجه لزوجها وهذا يشير الى الحب والعاطفه التى تجمعهما .
٤- تقبيل الانسان لابنائة وهذا يشير ايضا الى الحب الذى يكنه الإنسان لفلذات كبده .
٥- تقبيل الإنسان للقران الكريم وهذا يشير الى الحب والاحترام والتقدير والتعظيم لهذا الكتاب الكريم .
٦- تقبيل الإنسان لعلم بلاده وهذا يشير إلى حب هذا الإنسان لبلده وولائه وانتمائه له .

الابتسامة : Smiling

ويقول رسول الله صلى الله عليه وسلم (تبسمك في وجه أخيك صدقة)

المـــرح Fun يجعـــل الـــدنيا جميلـــة وربيعـــاً دائمـــاً ، أم العبـــوس فيجعلهـــا ثقيلة وسوداء .

الحياه مدتها قصيرة ، فلماذا لا نجعلها حافه بالمرح والفكاهه والهادفه و ضحك والابتسام؟

ابتسم للنـاس ..... فـالعبوس والتجهم يتطلب تحريك ٧٢ عضلة أمـا الضحكة فتتطلب تحريك اربع عضلات فقط .

ويصنف عبد الله بن عبد الكريم الابتسامه الى نوعين هما :

١- الأبتسامه الصادقة والنابعة من القلب .

٢- الابتسامة الزائغة والمصطنعة حيث يمثل صاحبها الفرح والاستحسان ويخفى المشاعر البغيضة ولذلك يقال احذر زوي الابتسامة الصفراء لأن ابتسامتهم مفتعله وباهته والاتيكيت يرفض ذلك .

ويمـــكن حصر بعض فوائد الابتسامة في الاتـى :

١- تفتح لك الأبواب .

٢- بداية عمليه الضحك .

٣- بداية تكوين اتصال جيد .

٤- بداية تعاون منتج .

٥- بداية تكوين صداقه جديدة .

٦- يرغب الآخرون في العمل معك .

٧- توجد جواً من السعادة لديك ولدى الآخرين .

٨- تجعل وجهك طفولياً ومقبولاً .

الضـــــحك Laughing :

الضحك غريزة أساسيه للإنسان ترتبط بمشاعر البهجه والفرح .

الضحك لغه عالميه يتكملها ويفهمها مختلف الأفراد فى مختلف الاعمار ومختلف القارات فعندما يشترك أثنان فى الضحك يقام بينهم جسر معنوى وقناه اتصال تنقل رساله غير منطوقه لا تنقصها الفصاحه تقول : نحن بشر سواء ، وان اختلفنا فى المراكز أو المؤهلات أو غيرها ، فلسنا غرباء بعضنا عن بعض

الضحك فى العمل ليس هدفاً فى حد ذاته ، وإنما وسيلة لكسر حاجز العزله بين بيئة العمل المصطنعه وبين حياتنا الطبيعيه هذا يعنى ان الضحك الهادف فى بيئة العمل ضرورة لا رفاهيه فهو يدعم شعور الموظف بالسعاده ويساعده على الأسترخاء ويقلل التوتر لديه ويقرب بين العاملين فى المنظمه سواء كانو رؤساء أو مرؤسيين ويقربهم الى العملاء ..

نحن فى امس الحاجه الى تشجيع الضحك الهادف فى منظماتنا ، بل نحن فى حاجه إلى كل حيلة ممكنه للخروج من قالب الجدية الزائف الذى تصطبغبه معظم هذه المنظمات .

لكن هذا لا يعنى ان يتحول الضحك الى سخف ودعابات ومقالب تتحول مع الوقت الى استهتار وعدم التزام فما نعنيه هنا هو بيناء بيئة عمل بعيدة عن الجمود والروتين المعوق والعنف وحرق الاعصاب والتكشير وملامح الوجه القاسيه ... ، وقريبه من التفاعل الايجابى والتناغم ومفعمه بالروح الانسانيه المرحه التى فطرنا الله عليها .

وقد يتصور البعص " خطأ ان نشر المرح وإشاعه المرح والبهجه يتعارضان مع الجديه والتركيز ، غير ان الدراسات الإداريه والنفسيه اثبتت ان تأهيل الموظفين ليتعلموا المرح والضحك يؤدى الى زيادة الانتاجيه والإبداع لديهم .

بل إن كثيراً من الشركات فى الدول المتقدمة ترفع شعار " الإدارة المرحه " Funny Management وتخطط انشطه للهو وتوزيع جوائز للذين يضحكمون ، بل وتقيم الحفلات وتدعو فيها الكوميدين المعروفين وتتبادل فيها النكات .

والقاعدة هنا تقول : الذين يضحكون معاً يبقون معاً وسينجحون معاً

والضحك خير دواء .... مقوله تتناقلها الاجيال منذ آلاف السنين ، لكن فى السنوات الاخيره فقد ظهرت دراسات علميه وطبيه تؤكد التأثير الحيوى والإيجابى الذى يتركه الضحك فى النفس والبدن .

لقد أثبت د.لى بيرك أن الضحك والمرح يؤديان الى تكاثر تلقائى للكريات الليمفاويه فى جسم الإنسان ، مما يؤدى الى تكوين عدد اوفر من خلايا " T cells " التى تعتبر عنصراً رئيسيا فى الجهاز المناعى للإنسان ، أى أن المرح يقينا ايضا من الامراض فهل لنا ان نمرح الأن ؟

واظهرت دراسات حديثه ان هناك تغيرات فسيولوجيه ايجابيه تصاحب لجوء الإنسان الى الضحك والمرح كأسلوب فعال لمواجهة أمراض العصر مثل : القلق والتوتر والخوف والغربه والإنطواء والأحباط والإزمات والضغوط النفسيه

لغة الصوت Sound Language

يقول الله سبحانه وتعالى :

(وَٱقْصِدْ فِى مَشْيِكَ وَٱغْضُضْ مِن صَوْتِكَ ۚ إِنَّ أَنكَرَ ٱلْأَصْوَٰتِ لَصَوْتُ ٱلْحَمِيرِ ﴿١٩﴾) (سورة لقمان ، الايه ١٩)

والصوت هو عبارة عن ذبذبات مسموعة يطلقها الإنسان والكائنات الحية الأخرى ، وحتى الأشياء تحدث أصواتاً عندما تكون في حاله حركة .

والصوت يصدر عندما يمر الهواء على الأوتار أو الاحبال الصوتية ، فتهتز ، لذا فإن أول متطلبات الحديث بوضوح هو توفير مصدر هواء للرئتين .

وننصحك هنا بان تتعلم كيفيه التنفس بعمق من الحجاب الحاجز حيث إنه يعطيك المزيد من الدعم لنفسك وتقوية درجه صوتك .

والاحبال الصوتية هذه تتفاعل مع المشاعر والأحاسيس ، وتصدر الاصوات التى تتناسب مع الانفعالات الصادرة عن الشخص .

ولغه الصوت تحقق عدة فوائد فى عملية الأتصال نذكر منها :

١- وسيله اخرى لجذب الانتباه .
٢- وسيله يمكن من خلالها معرفه المشاعر الحقيقيه للشخص من حماس او حزن أو عدم رضا او قلق ....
٣- ان المستقبل عادة ما يحس بوجدانه قبل ان يدرك بعقله ويمكن ان تزيد من فاعليته التأثير عليه وإقناعه من خلال طريقة النطق واستخدام النغمات الصوتيه التى تجذب انتباهه وتؤثر علي شعوره وعواطفه .

ومن قواعد لغة الصوت ان يكون صوتك مسموعاً ولكن لا تخلط بين قابلية سماع صوتك والاتصالات الفعالة ، والمشكله الاكبر بالنسبه للصوت هى التكلم بصوت رتيب ويحتاج الامر الى جهد مدروس لتنويع ارتفاع نبرة وطبقة الصوت .

خصائص صوت الإنسان :-

١- طبقـة الصوت :

ان مانريد تجنبه هو الرتابه فى طبقه الصوت ، أما ما نريدة فهو التنوع او التغيرات فى مقام الصوت .

٢- ارتفاع الصوت :

يعادل التحدث بصوت مرتفع فى سوئة التحدث بصوت خافت جداً ، اذا يجب ان يكون صوتك ذا ارتفاع صحيح اذا تخيلت أنك تتكلم الى اشخاص يجلسون قرب مؤخرة القاعة ، ولكن عليك ان تتذكر اننا بحاجه الى تنوع فى درجة الارتفاع فتخفيض الصوت يصبح شبه همس وقد يكون للتأكيد يعادل ارتفاع الصوت ليبلغ حدا يقارب الصراخ ، لذا فمن الجيد استخدام القليل من كل منهما وتجنب الصوت الرتيب غير المتغير .

٣- سرعة الصوت :

ان التكلم بسرعة ولفترة يحد من الاتصالات الفعاله ، ولذلك اذا تحدثت ببطىء شديد فسيشعر الحضور بالملل الى درجه النعاس ، ان المطلوب هو التنويع والتغيير فى السرعه والتوقف لفتره وجيزه ويعتبر عدم التوقف لفترات وجيزه اثناء الحديث من الأخطاء الشائعة التى يرتكبها المحاضرون .

هذا ويمكن ذكر نصائح اضافيه تساعدك فى تحسين لغه الصوت لديك مثل :

١- الحرص على القيام بالتمارين الصوتيه التى تساعدك فى المد وتلوين الصوت وتحسين طبقاته .

٢- شرب كأس مكون من الماء الدافىء والعسل والليمون كل صباح ، فهو يساعدك على تحسين الصوت وإزالة الإفرازات فى الحنجرة كالبرد ، والتعرض لتيارات هوائية ، او شرب المثلجات أو غيرة .

٣- تفادى رفع الصوت في المنزل وإجهاد الحنجرة .

لغـة الأصابع : Fingers Language

يقول الله سبحانه وتعالى :

(أَوْ كَصَيِّبٍ مِّنَ ٱلسَّمَآءِ فِيهِ ظُلُمَٰتٌ وَرَعْدٌ وَبَرْقٌ يَجْعَلُونَ أَصَٰبِعَهُمْ فِىٓ ءَاذَانِهِم مِّنَ ٱلصَّوَٰعِقِ حَذَرَ ٱلْمَوْتِ ۚ وَٱللَّهُ مُحِيطٌۢ بِٱلْكَٰفِرِينَ ﴿١٩﴾)
(سورة البقرة ، الآية ١٩)
كصيب = كأصحاب صيب. والصيب هو المطر الذي يصيب الأرض بشدة .
(وإني كلما دعوتهم لتغفر لهم جعلوا أصابعهم في أذانهم واستغشوا ثيابهم وأصروا واستكبروا استكباراً)
استغشوا ثيابهم = بالغوا فى تغطية رووسهم بها .
لغه الاصابع هى لغه يستخدمها البشر فيما بينهم تعتمد على استخدام الاصابع فى توصيل رساله معينه من المرسل
الى المستقبل ، ويتم استقبالها بواسطه العين وقد تكون هذه الرساله اشاره الى علامة النصر أو الفوز أو الهزيمه ، أو أشاره تدل على الفاظ نابيه او تدل على امتعاض من سلوك المتقبل
أى ان الانسان من خلال توظيف وتحريك ورفع اصابعه يستطيع ان يعبر عما يكنه ويشعر به ويريد ابلاغه ...
ومن الاشارات والحركات الشائعة التى تصدر عن أصابع اليد رفع السبابه مع الوسطى على شكل حرف "V" والتى تعنى علامة النصر و Victory باللغه الانجليزيه ، أ/ الابهام المرفوع فيدل على الموافقه والمسانده ok بالانجليزيه
اصبع مرفوع تشير الى ابداء الرغبه فى الكلام .
اصبع على الفم تشير الى عدم الكلام لوجود شخص أو طفل نائم .
الاشاره الى ساعه الحائط او اليد تشير الى ان وقت النهايه قد حان .
وعندما يتم الإشارة باصابع اليد بشكل مباشر فى وجة الشخص الاخر ، فإن ذلك يدل على توجيه التهديد له .
ولغه الاصابع هى جزء من لغه الاشاره Sign Language التى يستخدمها أصحاب الإعاقة السمعيه ، وفى هذه اللغه يتم استخدام الاصابع فى أرسال إشارات حسية مرئية يدوية للحروف الهجائية بطريقة متعارف عليها ، وهى تقوم على فكرة ان كل حرف هجائى له شكل وحركة ووضع بالنسبه لأصابع الإنسان ، ولذلك سميت بأبجدية الأصابع

لـغة اليدين : Hand Language

يقول الله سبحانه وتعالى :

(وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا ﴿٢٩﴾ (سورة الإسراء ٢٩)

((الْيَوْمَ نَخْتِمُ عَلَىٰ أَفْوَاهِهِمْ وَتُكَلِّمُنَا أَيْدِيهِمْ وَتَشْهَدُ أَرْجُلُهُم بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ ﴿٦٥﴾ (سورة يس ، الايه ٦٥)

بحركه من اليد تعنى سلام أو مع السلامه . والسلام باليد للتحية والشوق ، وضغط اليد أثناءه يعبر عن المحبه والتماسك والاتفاق ...

وبشكل أكثر تفصيلاً نقول ان اليدين تستخدمان فى تحية ومصافحة الاخرين ....

فقد تكون المحبه تحية ألفه أو كلفه أو غربه . وقد تكون المصافحه مصافحة عادية أو ساحقة للأصابع أو مصافحة الأصابع وليست الأيدى ، أو مصافحة مزدوجه من خلال ان المرسل يستخدم يده اليسرى أيضا لإرسال مشاعره الاضافيه للمستقبل وذلك من خلال مسك الرسخ في حاله وجود علاقة طيبة ، أو توصيل رسالة ايجابية للمستقبل ،

أو مسك الكوع فى حاله وجود علاقة قوية حميمة بين المرسل والمستقبل

خلاصة القول فإنه يمكن أن نقول أن هناك مصافحة دافئة وصادقة يشعر بها الشخص عن طريق الشد على يده ، وما يصاحب ذلك من مشاعر تنم عن التقدير والمحبة والاحترام .

وهناك مصافحه باردة يمد فيها الشخص يده بطريقة تعبر عن اللامبالاه وضعف المودة وهناك من يعبر عن برود مشاعره أو عدائة للطرف الأخر من خلال المصافحة بأطراف أصابعه ، أو المصافحة السريعة التي يسحب فيها كفه بسرعة وهذا سلوك مرفوض دينيا واجتماعيا

كذلك من حركات اليدين الشائعه تحريك اليد على الرأس ، كما لو كان الشخص يقوم فعلاً بتمشيط شعره ، وهى حركه يقصد بها تخفيف حدة ما يعانيه من توتر ، الا أن مراعاه عدد مرات حدوثها يبين مقدار الحاله الانفعاليه للشخص ،

كما يسبب التوتر العصبى الإحساس بالتعرق ، وتعتبر حركه تجفيف العرق سواء كان حقيقه ام وهما او تجفيف راحتى اليدين مؤشراً واضحاً على توتر ذلك الشخص كما ان امساك احدى اليدين باليد الأخرى يشير الى التحفظ أى ان الشخص يكبح شيئاً ووضع اليدين باليد الاخرى يشير الى التحفظ أى ان الشخص يكبح شيئاً ، ووضع اليدين بشكل هرم مع تلامس اصابع الكفين عاده ما يشير الى الثقة والاطمئنان .

ووضع اليدين متقاطعين امام الصدر يدل على ان الشخص فى حاله دفاعيه .

واحياناً تستخدم اليدان فى تغطية الوجه فى حاله مثل : الخوف أو الكسوف كذلك فى احيان كثيرة يضع الانسان احدى يديه على فمه فى حاله الكذب .

هذا وينصح عند الحديث مع الاخرين بعدم وضع اليد فى الخصر او الجيب لان ذلك قد يعطى انطباعا عنك بأنك مغرور أو متكبر او تريد التحدى او لا تحترم الأخرين بالقدر الكافى .

أخيراً ننصحك بعدم استخدام يدك كثيراً في شكل إيماءات أو إشارات أو تلويحات ، حتى لا تمثل تشتت للآخرين .

لغة اللمس Touching Language

يقول الله سحبانه وتعالى

(وَلَوْ نَزَّلْنَا عَلَيْكَ كِتَٰبًا فِى قِرْطَاسٍ فَلَمَسُوهُ بِأَيْدِيهِمْ لَقَالَ ٱلَّذِينَ كَفَرُوٓا۟ إِنْ هَٰذَآ إِلَّا سِحْرٌ مُّبِينٌ ۝٧ (سورة الأنعام ، الأيه ٧)

((الله نزل أحسن الحديث كتاباً متشابهاً مثانى تقشعر منه جلود الذين يخشون ربهم ثم تلين جلودهم وقلوبهم إلى ذكر الله ذلك هدى الله يهدى به من يشاء ومن يضلل الله فما له من هاد)) (سورة الزمر ، الايه ٢٣)

والجلد هو احد أعضاء الإحساس لدى الإنسان ، والذى يستقبل الحرارة والبرودة والألم ، وتحدث من خلاله عملية اللمس .

والملامسه لها دلالات رمزيه فى حياة الشعوب فالمصافحه والعناق تعبر مثلاً عن دفء العاطفة والصداقه الحميمه ، وقد تختلف طريقة الملامسه فى المصافحه والاحتضان بين الجنسين حسب ثقافات الشعوب .(١٢١)

إن حاسه اللمس تعتبر اداة فعالة فى التعبير عن العديد من المشاعر : كالخوف والحب والقلق والدفء والبرود .

بمعنى انه من خلال عمليه اللمس يستقبل مشاعر الآخرين تجاهه من حب وعاطفه وحنان .

لغة الرأس : Head Language

يقول الله سبحانه وتعالى :

(وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ تَعَالَوْا يَسْتَغْفِرْ لَكُمْ رَسُولُ ٱللَّهِ لَوَّوْا رُءُوسَهُمْ وَرَأَيْتَهُمْ يَصُدُّونَ وَهُم مُّسْتَكْبِرُونَ ﴿٥﴾) (سورة المنافقون ، الأيه ٥)

لووا = أمالوها إعرضاً واستهزاء

عن الرأس من اهم أعضاء الجسم لكونه يحمل الدماغ والوجه ، وبه توجد اربع حواس هي (البصر ، السمع ، والشم ، والتذوق)

ويشير عبد الله بن عبد الكريم الى ان الفرد يستخدم راسه للتعبير عن بعض المعانى فتحريك الرأس أفقياً من اليمين الى اليسار أو العكس يدل على قولنا " لا " أما الإيماءة بالرأس الى الأسفل فتعنى " نعم " فى كثير من المجتمعات العربيه .

الإيماءات : Gestures

الإيماءات هى حركات الجسم المؤكده لحديثك .. وماتريد ان ترسله من كلمات والتى تصنعها اليدين والكتفين والذراعين وقد تكون الأقدام .

إن الإيماء مثلها مثل الحركات لا يجب المبالغة فيها ، ويجب ان تكون سلسله ومدروسة وطبيعية والهدف من الإيماءات هو بلورة الرسالة وترسيخها .

أنواع الإيماءات :

١- الإيماءات الوصفية – وهى تستخدم لتوضيح حديثك .

٢- إيماءات مؤكدة – وتستخدم في تأكيد المقصود بحديثك .

٣- إيماءات باقتراحات – وهى تلك التي تمثل رموزاً لأفكار يمكن أن تساعد الطرف الأخر على الحديث .

٤- إيماءات مشجعه – وهى تلك المستخدمة في حفز الآخرين على إعطاء ردود فعل مناسبة .

الإيماءات مصاحبة لنجاحك في الحديث للآخرين ، لأنها :

١- توضح وتؤكد كلماتك .
٢- تجسم أفكارك .
٣- تنقل حماسك للآخرين .
٤- هي أداة مساعدة تؤثر في نظرة الآخرين لموضوعك .
٥- تضمن مشاركة الاخرين لمشاعرك .

لغه المظهر : Appearance Language

يمكن تقسيم مظهر الانسان على نوعين هما كالتالى :

١- المظهر اللائق

المظهر اللائق للانسان لا يرتبط بالملابس الغالية الثمن ، وانما بالملابس المناسبه والمنمقة وذات الالوان المتناغمه معاً . كذلك المظهر اللائق يتضمن أبعاد أخرى مثل نظافة الملابس وكيها ونظافه الحذاء ، والشعر المصفف وعدم ارتداء ملابس تتسبب فى تشتيت انتباه الاخرين أو تجعلك شاذا بين المحيطين ...

٢- المظهر غير اللائق :

المظهر غير اللائق أو المهمل عكس المظهر اللائق . وهذا المظهر يعطى للشخص نفسه صورة سلبيه عن نفسه وجسمه ، ويعطى للأخرين انطباع غير جيد عنه .

مفردات المظهر :-

ومظهر الإنسان يتضمن مفردات عديدة منها ملابس الإنسان وألوانها ، والروائح التي يضعها ، والإكسسوارات
، والأشياء التي يستخدمها وفى الصفحات القادمة سيتم إلقاء بعض الضوء على هذه المفردات .

١- الملابس :

ملبس الإنسان (من حيث الشكل والذوق والألوان الموضة وملاءمته لمرحله العمر ونظافته ..) يدل على شخصية الإنسان وقدرته على التكيف مع نفسه ومع الآخرين .

وهناك أنواع وأنماط عديدة من الملابس مثل :

- التقليدي Classic والحديث Modern .

- ال Hippies والدراويش والشبابي .

وعلى الإنسان ان يختار الملابس المناسبة للموضة بدون الخروج عن قواعد الدين وثقافة المجتمع والملائمة للمرحله العمرية التى يمر بها ، والمتوافقه مع المناسبة التـــى سيحـــضرها والتوقيــــت ودرجـــة الحــــرارة أو المكــــان الــــذى سيذهب إليه .

وبصفة عامة فإن الملابس تولد الكثير من الانطباعات عن الشخص الذى يرتديها ، ولـذا تـستخدم كوسيلة للاتـصال ودافـع لجـذب انتبـاه الاخـرين او لعكـس مـشاعر الانفصال والتمرد على اعراف المجتمع فى بعض الحـالات او التعبير عن الحالـه النفسية للشخص ....

فعلى سبيل المثال عندما يلبس الإنسان ملابس سوداء فهى تعبر عن حالـة الحزن والكآبة لدية ولهذ تلبس الملابس السوداء فى مناسبات العزاء .

وعندما يلبس الإنسان اللون الأبيض فيعبر عن الصفاء والنقاء والطهر ، ولذا تصنع فساتين الزفاف من الأقمشة البيضاء

وتشير كل من سامية لطفى وعزة على الى انـه عندما نتامل المجتمعات الانـسانية على مر العصور ، نجد أن قطع الملابس التى يلبسها الرجـال والنساء قد تطـورت عبر العصور وربما يتناسب مـع الظروف البيئيـة والظروف الإجتماعيـة ، كمـا ان معايير الاحتشام او التبرج تختلف من مجتمع لأخر حسب القيم الدينية والثقافة لكل مجتمع

والملابـس لهـا دلالات علـى زوق الانـسان وطباعـه نظافتـه واناقتـه ومـستواه الاقتصادى والاجتماعى والثقافى ونوعية مهتنه أو وظيفته .

ولقـد أشـارت بعـض البحـوث والدراسـات التـى أجريـت فـي مجـال هندسـة الملابس Wardrobe Engineering

إلى أن الملابس كما أنها تصنع المرأة فأنها كذلك تـصنع الرجـل . بمعنـى ان الرجل الذى ينتقى ملابسة بطريقة مناسبة ملائمة ومسايرة للعصر ، فإنـه يؤثر إيجابيـاً فى الأشخاص الذين يقابلهم ويحقق نجاحاً أكبر من الرجل الذى لا ينتقى ملابسة ويعتمد مبدأ " هندسـة الملابـس " فى المقام الأول علـى التوافق بين كل من عناصـر علم النفس والاجتمـاع والفن مـع الموضـة الـسائدة عالميـاً . ويذهب " مولـدى " ألـى أن

عادات الملبس الصحيحة تمكن رجال البيع من البيع اكثر ، كما تمكن رجال الإدارة العليا من زيادة التاثير نفوذهم ، وتمكن المحامين من كسب مزيد من القضايا لصالح موكليهم ، كما تمكن السياسيين من كسب الانتخابات .

٢-الروائح : Parfums

يوضح عبد الله بن عبد الكريم أن هناك روائح كثيرة يدركها المخ ويتأثر بها .

إن جسم الإنسان يستجيب للروائح المنبعثة من حوله بطريقة ايجابية أو سلبيه ، وتحاول شركات العطور تطوير استخدام الروائح الإيجابية في منتجاتها لكي تساعد في تهدئة أعصاب الفرد ورفع روحه المعنوية وجعله يشعر بالسعادة .

والعطور تعكس ايضاً ذوق الإنسان ومزاجة ومستواه الأقتصادى والاجتماعى والثقافي ، وعلى المرء ان يحسن اختيار العطور التى تتناسب مع شخصيتة والمناسبات الاجتماعية الوظيفية التى يرتادها .

٣- الإكسسوارات والأشياء التى يستخدمها الإنسان :

يشير أسعد يوسف الى ان هناك بعض المقتنيات التى يستعين بها الإنسان فى تشكيل مظهره الخارجى ، وهذه المقتنيات قد تجعل منه شخصية محبوبة أو مكروهة .ومن الامثلة على هذه الأشياء : النظارة ، الساعة ، الخواتم ، أقراط الأذن وقلائد العنق ، المسابح ،الأحذية ، الحقائب الجيبية واليدوية ... وحسن اختيار الإنسان لهذه المستلزمات يدل على مستوى ذوقه وأناقته ، ومستواه الإقتصادى والثقافي والاجتماعي في بعض الأحيان .

لغة الألوان : Colours Language

يقول الله سبحانه وتعالى :

(وما ذرا لكم في الأرض مختلفاً ألوانه إن في ذلك لأية لقوم يذكرون)

(سورة فاطر ، الأيه ٢٧ ، ٢٨)

* قل لى لونك أصف لك شخصيتك !

الحياه من حولنا ليست لوناً واحداً وانما تشتمل على جميع الأنواع وهذا أحد عناصر جمالها ...... فالبيوت بيض والحدائق خضر والزهور حمر والمساء زرقاء ......و.......و...

جميعاً نحب الألوان وان كان ذلك بدرجات مختلفة ولكل منا لون مفضل يختلف أو يتفق فيه مع الأخرين .

ومن خلال التعرف الى لونك المفضل يمكن ان تفهم بعض سمات شخصيتك ... فلكل لون دلالة معينة .

اللون الاحمر يوحى عاطفياً بالحرارة والدفء وجذب الإنتباة واللون البرتقالى يسر الناظرين ويوحي بالاعجاب ، واللون الأصفر يرمز إلى الغيرة ، واللون الاخضر يشير الى السلام والهدوء وحب الخضرة واللون الأزرق يوحى بالتأمل

واللون البنفسحى يرمز الى الحكمه ، واللون الأبيض يرمز إلى الطهارة والنقاء واللون الأسود يرمز الى الحزن ، واللون الوردى يرمز الى الحياة الجميلة والبهجة والسعاده .

ويكمن وضع اللون فى مجموعات مثل :

١- الألوان الفاتحه مثل : الأبيض والأصفر واللبنى اذا اختارها الإنسان تدل على صراحته وبساطته مع الناس .

٢- الألوان الغامقة ، مثل الأسود والرصاصى والرمادى والبنى الغامق ، وإذا اختارها الإنسان تدل على حرصة على عدم إظهار ما فى داخلة للأخرين ، ويكون أميل الى الغموض .

ولقد قام الباحث " جون مولودى " ببعض البحوث عن سيكولوجية ألوان الملابس ، وأشار الى ان بعض الالوان تعتبر ألوانا قوية او ذات تأثير كبير ، وهى عادة ما ترتبط بالرجال الذين يتسمون بالنفوذ والذين يتخذون القرارات الهامه ومثل هؤلاء الرجال دائماً يرتدون الملابس ذات الألوان القاتمه ففى الحفلات مثلا نجد ان الألوان الغالبة هى : الرمادى الداكن والكحلى والبنى الداكن ورغم أن الأسود يعتبر أقوى هذه المجموعة على الإطلاق إلا أنه لا ينصح به كثيراً بل لابد الحذر في أستخدامة حيث أنه عادة ما يرتبط بالحداد .

ولإثبات التأثير الكبير لألوان الملابس أجريت بعض الدراسات على تأثير طريقة لبس المدرسين على الطلبه من حيث أتجاهاتهم وطريقة أدائهم .

ففي أحدى الحالات قام مدرسان بتدريب نفس المادة لنفس المجموعة من الطلبة في فترتين منفصلتين ، وكان الفرق الوحيد هو ان المدرس الأول كان يرتدي ملابس

عاديه مع ربط عنق مفتوح قليلاً من عند الرقبة ، بينما كان الأخرين يرتدي حذاء لامعا من نوع فاخر مع بدله أنيقة محافظة ورباط عنق مربوط بعناية ، ثم أتضح بعد ذلك أن الطلبة عملوا بجد أكثر ولساعات أطول مع المدرس الأنيق.

كيفية استخدام مهارات لغة الجسم

إننا نحتاج لمهارة استخدام لغة الجسم لدينا ليتحقق اتصال ناجح ومؤثر في الآخرين كذلك نحتاج إلى المهارة في ملاحظه وقراءة وتفسير وفهم لغة الجسم لدى الآخرين هو أمر مختلف كثيراً عن مقدرتك في تفسير وفهم لغة جسم الآخرين .هذا ويتم اكتساب هاتين المهارتين من خلال :

الاحتكاك بالاخرين وخبرات الحياة والعمل والقراءة وحضور البرامج التدريبية المتعلقة بموضوعات مهارات الأتصال الفعال ودراسة وفهم لغة الجسم ...

كذلك على الشخص ان يعرف معانى اشارات وايماءات وحراكت الجسم فى ضوء ثقافة المجتمع .

ان تفسير لغه جسم الاخرين يتطلب تدريباً ولكن هذا ممكن فانت تستطيع التاكد ان كان الاشخاص اللذين تتواصل معهم يكذبون ، او قد أصابهم الملل ، أو نفد صبرهم ، أو انهم متعاطفون ، أو يقفون وقفه المدافع أو المهاجم ، أو انهم يتفقون أو يختلفون معك ، وانت تستطيع الحكم فيما اذا كانوا منفتحين ، أو متوترين ، أو يحبسون الامور ، او المصابين بالشكوك ، أوغاضبين أو قلقين أو لا يشعرون بالأمان ... إلخ فإن اهمية هذا بالنسبة للناس فى مواقف خدمية أمر واضح .

وبإمكانك أن تتعلم أيضاً ملاحظة النوايا الاجتماعية والعاطفية المخفية ونوايا أخرى فى ايماءات شخص تعرفة أو ترغب بالتعرف علية .

وحتى يمكنك فهم لغة الجسم لديك وفهم لغة الجسم لدى الاخرين لابد ان تكتسب خبرات مهارة الملاحظة Observation

والملاحظة كأداة هامه تفيد فى التعرف على كلمات الاخرين غير المسموعه ، بمعنى انها تساعدنا فى فهم لغة الجسم لديهم .

فالملاحظة والسلوك والتصرفات والحركات والتفكير والحالة النفسية مثل ، الإنفعالات الواضحة كالغضب أو الحزن او الخوف ....

وتتطلب مهارة الملاحظة سلامة خاسة البصر والانتباه الجيد . ويتحقق الانتباه الجيد من خلال :

١- اليقظة ٢- أختيار المثير ٣- التركيز ٤- الحذر

ويشير سو نايت Sue Knight إلى انه عندما نتعلم تركيز انتباهنا على لغة الجسم واشاراتها نستطيع ان :

- نعرف متى ننهى المحادثة .
- نعرف ما إذا كان الشخص الاخر قد وصلة المعنى الذى نتكلم عنه أم لا .
- نحدد مستوى الموافقة التى حصلنا عليها .
- نلاحظ الدرجه التى لمسنا بها الدافع الحقيقى للشخص الذى نتحدث إلية .
- نبنى الطريقة التى نعبر بها عن الوقت ، ونلاحظ تأثير ذلك فى الطريقة التى نستخدم بها الوقت .
- نعرف اللحظة التى حققنا فيها الاتصال ، والبداية الحقيقة لعلاقتنا .
- تحديد الوقت الذى نجحنا فيه فى تحقيق التقارب مع شخص ما .
- نعرف التغيير الذى حدث فى طريقة تفكير شخص ما .
- معرفة نوعية النظام التعبيرى الانسب لكى نوصل فكرة معينه الى الاخرين .
- نتعرف على قدرتنا على تفهم واحترام ثقافة الشخص الاخر الذى نتعامل معه
- الاقوياء فقط هم اللذين يعرفون كيف يتحكمون فى اشارات وحركات الجسم التلقائية بحيث تدعم وتعزز الكلمات التى ينطلقون بها والمعانى التى يقصدونها.

والتحكم فى هذه الإشارات والحركات التلقائية لا يمكن ان يظل قاصراً على الأشخاص الأقوياء ، بل يجب أن يصبح سمة من سمات كل إنسان عصرى متحضر ومنفتح .... فإذا ارجت اكتساب هذه السمة ، حاول التخلص ، ولو تدريجياً من المفردات الرديئة التى تقول الى الاخرين إنك متوتر جديراً يثقة الاخرين فيك .... بعد ذلك حاول استبدال هذه المفردات الرديئه بمفردات اخرى سليمه وصحيحه تنقل اليهم رسائل ايجابية عنك .... وتأكد ان الاخرين

عندما يلمسون نجاحك فى اكتساب المفردات التى تنطق بثقتك بنفسكِ واحترامك لها سوف يبدأ فى معاملتك بشكل خاص جداً لأنك سوف تكون عندئذ جديراً حقاً بتلك المعاملة .

اخيراً وليس باخر ، ان المنظمات اذا كانت تسعى للارتقاء بمهارات الاتصال اللفظى لدى العاملين بها ، فإنه يجب عليها ان تحرص أيضاً على تعليمهم لغة الجسم مع الاخرين وبالذات استخدامها بالشكل الفعال فى التواصل مع الاخرين وفهم اللغه لدى الاخرين .

(د) مهارة الذكاء العاطفى

" لقد علمتنى التجربة أن الذكاء المعرفى بمفردة لا يصنع نجاحاً فى الحياة ، قد تكون مفيدا للنجاح الاكاديمى فى المدرسة

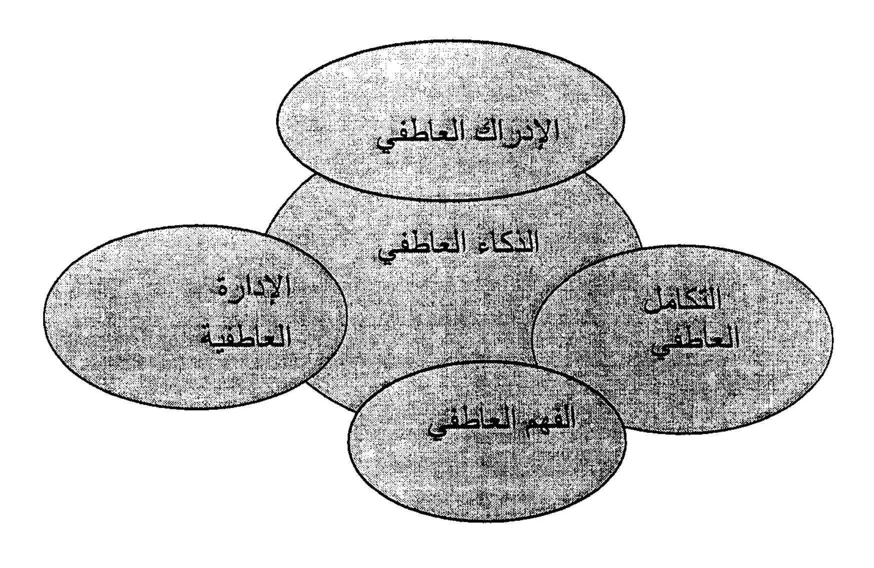
او الجامعه . انما النجاح فى الحياة يحتاج الى نوع اخر من الذكاء ، هو ما أطلق علية الذكاء العاطفى او الذكاء الانفعالى أو ذكاء المشاعر .

هل تعلم أن

- عواطفنا ومشاعرنا الإيجابية أو السلبية تحرك حياتنا إما للإمام أو الى الخلف
- تحركنا عواطفنا لمساعدة الاخريين بحيث انسجام فعلى بين الفرد وبين الاخريين .
- ان الانسجام بين الجانب المعرفى والجانب الوجدانى او العاطفى يساعدان الفرد فى النجاح بين الجانب المعرفى والجانب الوجدانى أو العاطفى يساعدان الفرد فى النجاح الإكاديمى والمهنى والحياتى .
- وقد وجد " Gardner , 1993 ان الذكاء العاطفى بنسبة كبيرة فى النجاح المهنى ، فضلاً عن تأثيرة فى العلاقات الاجتماعية بزملاء العمل والأصدقاء .

مفهوم الذكاء العاطفى :

- يقصد به القدرة على تحديد العواطف الكامنه فى الوجوه أو التصميمات أو الموسيقى .



شكل (٢)
مكونات الذكاء العاطفي

- الذكاء العاطفي لا يبدأ بدون عملية الإدراك العاطفي إن كانت المشاعر ترتبط بمواقف غير سارة ، فإن الفرد يحول انتباهه من هذا الموضوع .
- عملية الإدراك العاطفى تتشكل من خلال :
  - عملية التسجيل .
  - عملية الإنصات .
  - عملية حل الشفرات المتعلقة بالرسائل الوجدانية التى تظهر فى نغمة الصوت – تعبيرات الوجه – الرسومات .

ثانياً : التكامل العاطفي :

- قدرة الفرد على القيام بعملية ربط الجوانب العاطفيه بالجوانب العقلية مثل ارتباط الطعم واللون .
- قدرة الفرد على استخدام الجانب العاطفى فى عمليات التفكير والاستدلال وحل المشكلات.

- مثال على ذلك :
- تشتت التفكير نتيجة القلق والهموم .
- معرفة أفضل المشاعر التى تدخل فى المزاج الشخصى للفرد .
- دخول المعرفة الموجيه الى الذهن يحدث عندما يكون الشخص سعيداً ، وتكون المعرفة السالبة عندما يكون الشخص حزيناً .

ثالثاً : الفهم العاطفى

- قدرة الفرد على حل مشكلاته العاطفية .
- قدرته على فهم العواطف المتماثلة والمتعارضة والعلاقات التى تجمع بينها .
- قدرته على فهم الحقائق الأساسية في الطبيعية البشرية والعلاقات التي تنشا نتيجة تفاعلات الإفراد بعضهم مع البعض

لتشخيص موقفك العاطفي

- اجب على الأسئلة الآتية :

* هل أنت قادر على فهم مشاعرك ؟ ----- نعم ( ) لا ( )
* هل أنت قادر على فهم مشاعر الأخريين ؟ ----- نعم ( ) لا ( )

* هل تتعامل مع الأخريين بنجاح ؟ ---- نعم ( ) لا ( )
* هل أنت راض عن نفسك ؟ ---- نعم ( ) لا ( )
* لماذا انت راض عن نفسك ؟ ---- نعم ( ) لا ( )

رابعا : تقييم المتحدث الرسمي

وفيما يلي بعض المعايير التي تستخدم لتقييم عمل المتحدث الرسمي :

١- مقدار وضوح الفكرة : هل يشتمل البرنامج علي فكرة واحدة أم علي عدد من الأفكار وهل هي واضحة أم غامضة ؟ وهلي هي منطقية أم لا؟ وهل هي مهمة أم لا

٢- مقدار وضوح الأهداف : هل كانت هناك أهداف ؟ هل الأهداف مكتوبة وواضحة ؟ هل هي أهداف سلوكية أم عامة أم خاصة وما هي ؟ وهل يمكن قياسها ؟

٣- مقدار حاجة المستمع إلي البرنامج : هل الحاجة قائمة ومدروسة أم أنها مقدرة ؟ هل هي حاجة دائمة ومتكررة أم مؤقتة ؟ وهل البرنامج يلبي تلك الحاجة ؟

٤- طريقة التقديم : هل استخدم أسلوب التمثيل أو الالقاء أو الحوار ؟ وهل هناك مبرر للأسلوب المستخدم ولطريقة التقديم أم لا ؟ هل كان التقديم طويلا أم رتيباً متكلفا ؟ هل التقديم بواسطة معلق ومعلقة مناسب ولا يسبب تشويشا للمستمع ؟

٥- هل استخدمت موسيقي كفواصل وخلفيات؟ هل كانت ضرورية ؟ هل كانت مناسبة ؟ هل استخدمت بمقار الحاجة ؟

٦- مقدار التوفيق في اختيار العناصر الممثلة : هل قام كل ممثل بدوره علي الوجه الأمثل صوتا وأداء أم بدء عليه التكليف وعدم الملاء مة ؟

٧- أهمية عنصر النساء : هل هناك حاجة لوجود عنصر النساء ؟ وإذا كانت هناك حاجة فهل استخدم هذا العنصر بمقدار الحاجة ؟

٨- مقدار مرعات الفروق الفردية : هل روعي عامل الفروق الفردية للمستمعين في بناء وتقديم البرنامج ؟

٩- مقدار مراعاة العادات والتقاليد : هل روعيت العادات والتقاليد ؟ وكذلك هل روعيت القيم الزوجية والظروف الاجتماعية في البرنامج أو المادة ؟

١٠- مقدار استخدام المؤثرات السمعية: يجب أن نبحث هل استخدمت مؤثرات أم لا ؟ هل هناك حاجة لها أم لا ؟ هل أضافت قيمة للبرنامج أم لا ؟

١١- مقدار تدخل عنصر الدعاية: كثيرا ما تتدخل المواد الدعائية في صلب البرنامج وقد تكون دعاية شخصية أو تجارية وعلينا أن نبحث عن تأثير تلك الدعاية علي اتجاه المستمع.

١٢- مقدار تدخل عنصر المبالغة : يجب الابتعاد عن عنصر المبالغة في كل شيء وخاصة في البرامج السمعية وتنشأ المبالغة من الحاجة إلي إطالة وقت البرنامج فنلاحظ الإفراط في استخدام الموسيقي أو المؤثرات الأخرى أو تكرار الحوار أو الفراغات الكثيرة وقد تكون المبالغة في توظيف عنصر الإثارة بالضحك أو البكاء الخ وهي جميعها عوامل يجب الابتعاد عنها إلا بقدر الضرورة.

١٣- مقدار تدخل العوامل السياسية : فيما عدا البرامج السياسية لا يجوز اقحام السياسة في البرامج العامة لما قد يحدث ذلك من تشويش وخروج علي طبيعة الموضوع.

١٤- التكلفة العامة للبرنامج : ينظر البعض إلي تقويم البرامج علي أساس التكلف؛ بينما ينظر البعض الآخر علي أساس القيمة التعليمية أو الفائدة العامة التي سيحصل عليها المستمع.

١٥- وقت تقديم البرنامج : يجب دراسة الوقت الأفضل لوجود أكبر قدر ممكن من المستفيدين حول المذياع وهناك برامج تمتاز بارتباطها بوقت محدد فالبرامج التعليمية وبرامج المرأة يفضل أن تجد لها مكاناً في الفترة الصباحية وبرامج الفلاحيين يفضل أن تجد لها مكانا في الفترة الصباحية والبرامج الرياضية أو الاجتماعية والثقافية يمكن بثها في الفترة المسائية

١٦- اللغة المستخدمة : هل هي الفصحى أم الدراجة أم الفصيحة ؟ هل تتلاءم وطبيعة البرنامج ؟ هل تساعد علي تحقيق اتصال أفضل هل تساعد علي زيادة حصيلة المستمع لغويا ؟ أهي عبء علي البرنامج أم تمثل مزيدا من الإثراء والفائدة ؟ أن هذه الأسئلة يجب النظر إليها عند تقويم البرنامج.

١٧- هل البرنامج مرتبط بالبيئة والتراث والشخصية الذاتية والوطنية ويعمل علي إنمائها ؟

الاعتبارات التي يجب أن يراعيها المتحدث الرسمي :-

١- توقيت إذاعة البرنامج

من أهم الاعتبارات التي يراعيها المتحدث الرسمي اختيار الوقت المناسب للفئة التي يخاطبها البرنامج والقناة الإذاعية المناسبة وتوقيت إذاعة البرنامج ويتطلب ذلك معرفة الجوانب التالية :

١- أي الأيام يستمع فيها المستمع الجمهور المستهدف لبرامج الراديو والتليفزيون أكثر من غيرها.

٢- أي فترة زمنية خلال اليوم يقضيها الجمهور المستهدف في الاستماع.

٣- ما هي العوامل الموسمية التي تؤثر علي عادات وأنماط الاستماع فمثلا هل تزيد نسبة الاستماع في الشتاء أكثر من الصيف أيضا موسم الامتحانات بالنسبة للطلبة وموسم الحصاد بالنسبة للفلاحين.

٤- ما هي الخدمات الإذاعية والتليفزيونية المفضلة.

٥- ما هي البرامج المفضلة ومواعيد تقديمها.

فالإجابة علي هذه التساؤلات تعد أحد الصعوبات التي تواجه المتحدث الرسمي في عمله بالاذاعة والتليفزيون وتنتج بيانات قياس المستمعين التي تجريها الإذاعة والتليفزيون الإجابة علي هذه التساؤلات.

ويجب دراسة الوقت الأفضل لوجود أكبر قدر من المستفيدين حول المذياع وهناك برامج مثلا تمتاز بارتباطها بوقت محدد فالبرامج التعليمية وبرامج المرأة يفضل أن تقدم في الفترة الصباحية أيضا برامج الفلاحين يفضل أن تكون في الفترة الصباحية.

أما بالنسبة للبرامج الرياضية أو الاجتماعية والثقافية فيمكن بثها في الفترة المسائية إلي غير ذلك فهنا يجب مراعاة أن يكون وقت البث مناسب لجمهور المستفيدين وأن يحتل البرنامج الوقت الأفضل لخدمة أكبر عدد من الجمهور.

٢- زمن بث البرنامج Time

كل عمل إعلامي يأتي الوقت كحكم فصل يجب احترامه والتقيد به وتزداد أهمية التقيد بالوقت في اللقاءات الإعلامية خاصة إذا كانت المناقشة ومتداخلة ولها صفة المسئولية.

والبرامج التي تقدم في الإذاعة والتليفزيون تتكون من عدد كبير من الوحدات التي تتنوع في أطوالها فمنها ما لا يزيد عن ثوان محدودة ومنه ما قد يمتد إلي ثلاث دقائق وهو ما نسمية الإعلانات ومنها ما يزيد زمنه عن ذلك ونسميه البرامج.

وغالبا ما تبدأ أطوال البرامج من خمس دقائق ومضاعفاتها وذلك فإن الطول الفعلي للبرنامج لابد أن يقل عن الزمن المخصص له فالبرنامج الذي يخصص له خمس عشرة دقيقة يتم تسجيله في حدود أربع عشرة دقيقة وذلك حتي يتم وضع إعلان أو أكثر بين فقرات البرنامج وكذلك تقديم الإعلانات المختصرة التي تشير إلي اسم الإذاعة وتردداتها والمدي الذي يصل إليه الإرسال وتوضع هذه الإعلانات الإرشادية في أوقات منتظمة علي خريطة البرامج وعادة ما يتم تكرارها كل ساعة أو نصف ساعة لابد للمتحدث الرسمي أن يحدد الوقت اللازم أو يؤقلم نفسه للوقت المحدد للبرنامج علي أساس أنه سيقرأ بصوت مرتفع وبطريقة مريحة وسرعة

معقولة ويعرف كم يستغرق من الزمن في القراءة نص معين وذلك بأن يعد كلمات السطر الواحد ثم يعرضها في عدد السطور ثم يقسمها علي سرعته في وبنفس الطريقة يمكن للمتحدث الرسمي أن يعرف مقدما الزمن الذي يستغرقه قراءة نص بعينه وعلي ضوء ذلك يحد وقت البرنامج أو يقوم باختصار النص أو القراءة بطريقة أسرع أو ابطأ.ولكل برنامج إطار زمني محدد علي خريطة الإرسال من حيث مدة الحلقة وتوقيت تقديمها (فترة ضحي – ظهيرة – مساء – سهرة أو أي مسمي أخر) فإذا طال الزمن عن المسموح به فيضطر هنا لعملية المونتاج ولكن عند الضرورة فقط مع عدم الركون إليها في كل الأحوال لأنها قد تؤدي إلي تشوية الحوار سواء من حيث الفكرة أو من حيث مستوى الجودة الفنية.



الفصل الثالث

المتحدث الرسمي في الإسلام

مقدمة

١- أشهر ناطق إعلامي إسلامي

٢- الإعلاميون الشهداء

٣- مهام الخطيب الإعلامية

٤- الدور الإعلامي للشعراء في الإسلام

٥- مبعوثو الرسول صلى الله عليه وسلم إلى الملوك والأمراء

مقـدمـــة :

إن الحركة التى قام بها الرسول صلوات الل وسلامه عليه قبل ذلك بتسعة قرون من الزمان يدلنا على أن هذا الرسول هو أول من مارس هذا الفن الذي يقولون عنه إنه حضري بحت – وتعنى به فن الدبلوماسية ، وليس أدل على ذلك من أنه قام بتنظيم حركة البعثات إلى الملوك والأمراء ، فمنهم من رحب بهذه الدعوة كما فعل المقوقس بنوع خاص ، ومنهم من رفض هذه الدعوة ، وأساء الرد على صاحب الرسالة ، كما فعل كسري .

وهكذا أثبت التاريخ أن محمداً صلى الله عليه وسلم أول من زاول (الاتصال الشخصي المباشر) من وسائل الإعلام القديمة والحديثة – وذلك عن طريق الوفادة وطريق الرسالة . ومما لاشك فيه أن العرب في الإسلام كانوا أقدر على ممارسة هذه الوسيلة من وسائل الإعلام منهم في الجاهلية لا لشئ إلا لاختلاف القيم التى كانت تحكمهم في الجاهلية.

وقد رأينا أن القيم التى كانت تحكم المجتمع العربي فى الجاهلية كانت مبينة في أكثرها على العنف والشر ، بينما كانت القيم التى حكمت العرب في الإسلام تبنى على التقوي والإيمان ، وفى ظل هذه القيم الأخيرة نجح الفن الذي مارسة الرسول (ص) وهو فن (الدبلوماسية) ، حيث يعتبر كل مبعوث من قبل رسول الله (صلى الله عليه وسلم) هو ناطق إعلامي باسم الإسلام .

أشهر ناطق إعلامي إسلامي :

لقد رأيت فى بداية هذا الفصل أن أبدأ بأشهر إعلامي إسلامي وهو " جعفر بن أبي طالب " حيث تغلب مع الدعاية الوثنية الخبيثة بقيادة " عمرو بن العاص " في حضرة النجاش ملك الحبشة ولكن أولاً يمكنني أن أذكر هذه الرواية من البداية حيث أشار الرسول على بعض أتباعه بالهجرة إلى بلاد الحبشة قائلاً لهم

إن بها ملكاً لا يظلم عنده أحد ، وهي أرض صدق فاذهبوا إليها حتي يجعل الله لكم فرجاً مما أنتم فيه .

واستعد أول فوج من أتباع الرسول إلى الهجرة إلى تلك البلاد ، وكان هذا الفوج يتكون من أحد عشر رجلاً ، منهم أربعة اصطحبوا زوجاتهم معهم ، ومن هؤلاء الأربعة عثمان بن عفان وزجته رقية بنت الرسول .

وكان ذلك فى رجب من السنة الخامسة للدعوة ، وكان جعفر بن أبى طالب أحد الذين هاجروا إلى هناك ، وله خطبة رائعة خطبها بين يدي النجاشي رد فيها على الدعاية الخبيثة التى قام بها الكثيرون لإقناع النجاشي لهذا الغرض ، وأخذوا معهم الهدايا الكثيرة التى تقربوا بها إلى رجال الدين لكي يستخدموا نفوذهم إلى الملك ويقنعوه برد المهاجرين إلى مكة قائلين للملك إن هذا الدين الجديد يتعارض على حد سواء مع الوثنية ومع النصرانية في وقت معاً .

فما كان من النجاشي إلا إن دعا المسلمين المهاجرين إلى الرد على هذه التهم التى نسبت إليهم .

لنستمع الآن إلى حجج الجانبين :

أرسل القرشيون وفدهم إلى النجاشي – ومنهم عبد الله بن أبى ربيعة وعمرو بن العاص – فقال هذا الأخير للنجاشي :

إنه قد لجأ إلى بلدك منا غلمان سفهاء فارقوا دين قومهم ، ولم يدخلوا فى دينك وجاءوا بدين ابتدعوه لا نعرفه نحن ولا أنت ، وقد بعثنا إليك فيهم أشراف قومهم من آبائهم وأعمامهم وعشائرهم لتردوهم عليهم فهم أعلى بهم عينا (يريد أنهم أبصر بهم) وأعلم بما عابوا عليهم .

فلما سمع النجاشي كلام عمرو بن العاص رأى من الحكمة ألا يسلم إليهم المهاجرين حتى يسمع كلامهم وحججهم ، فأرسل إلى هؤلاء المهاجرين واستدعاهم ، فلما جاءوا قال لهم :

ما هذا الدين الذي فارقتم فيه قومكم ولم تدخلوا فى ديني ولا دين أحد من هذه الملل

فانتدب المهاجرون جعفر بن أبى طالب ليتحدث عنهم فقال :

" أيها الملك – كنا قوماً أهل جاهلية ، نعبد الأصنام ونأكل الميتة ، ونأتى الفواحش ، ونقطع الأرحام ، ونسئ الجوار ، ويأكل القوي من الضعيف .

وكنا على ذلك حتى بعث الله فينا رسولاً منا نعرف نسبه ، وصدقه ، وأمانته وعفافة ، فدعانا إلى الله لنوحده ونعبده ، ونخلع ما كنا نعبد نحن وآباؤنا من دونه من الحجارة الأوثان وأمرنا بصدق الحديث ، وأداء الأمانة ، وصلة الرحم ، وحسن الجوار ، والكف عن المحارم والدماء ، ونهانا عن الفواحش وقول الزور ، وأكل

مال اليتيم ، وقذف المحصنات ، وأمرنا أن نعبد الله ولا نشرك به شيئاً وحرم ما حرم علينا ، وأحل ما أحل لنا ، فعدا علينا قومنا فعذبونا وفتنونا عن ديننا ليردونا إل عبادة الأوثان ، وأن نستحل ما كنا نستحل من الخبائث ، فلما قهرونا وظلمونا وضيقوا علينا، وحالوا بيننا وبين دينا خرجنا إلى بلادك واخترناك على من سواك، ورغبنا فى جوارك ورجونا ألا نظلم عندك ، ثم تلا عليه بعض آيات من القرآن الكريم ، فتأثر النجاشي بهذا الحديث تاثراً عميقاً ، ثم قال للوفد الذي حضر من مكة " إن هذا والذي جاء به موسي ليخرج من مشكاة واحدة – انطلقوا والله لا أسلمهم إليكم أبداً ...."

وهكذا تغلب الإعلام الإسلامي الصحيح على الدعاية الوثنية الحبشية في حضرة النجاشي .

مصعب بن عمير مندوباً إعلامياً ومعلماً :

يقف مصعب علماً فى تاريخ الدعوة باعتبارهم أشهر المعلمين الذين بعثهم الرسول (صلى الله عليه وسلم) ليعلم الإسلام ويفقه الناس في الدين ويقرئهم القرآن كان ذلك عقب بيعة العقبة الأولي . لقد أمره رسول الله

(صلي الله عليه وسلم) أن يذهب معهم إلى المدينة فكان يصلي بهم ويعلمهم الإسلام ويدعو إليه وفي تاريخ الدعوة تستوقفنا شخصية مصعب بن عمير باعتباره داعية الإسلام في المدينة وقد أوفد إليها معلماً قبيل الهجرة ذهب مع اسعد بن زرارة إلى مساكن بني عبد الأشهل في ظل حائط بجوار بئر جلس يعلم الناس وينشر الإسلام ، وفي ذلك الوقت رأى سعد بن معاذ وأسيد بن حضير وهما سيدا قومهما بني عبد الأشهل – وكانا لم يدخلا فى الاسلام بعد – أن في ذلك مساساً بهيبتهما ، قال سعد لأسيد : انطلق إلى هذين الرجلين اللذين أتيا ديارنا يسفهان ضعفاءنا فأزجرهما ، وقد قال سعد ذلك لأن أسعد بن زرارة ابن خالته ولا يريد أن يؤذيه بنفسه ويؤذي مصعباً معه ، فأخذ أسيد بن حضير حريته ثم أقبل إليهما ، فلما رآه سعد بن زرارة قال لمصعب هذا سيد قومه قد جاءك فاصدق الله فيه ، قال مصعب إن يجلس أكلمه ولكنه وقف عليهما متشتماً فقال : ما جاء بكما تسفهان ضعفاءنا ؟ اعتزلانا إن كان لكما بأنفسكما حاجة ، فقال له مصعب : أو تجلس فنسمع فإن رضيت أمراً قبلته ، وإن كرهته كف عنك ما تكره قال أسيد : إنصفت ،

فلما جلس عرض عليه مصعب الإسلام وقرأ عليه القرآن فقال ما أحسن هذا الكلام وأسلم ومع سعد بن معاذ تكرر الأمر نفسه قال له مصعب : أو تقعد فتسمع فإن رضيت أمراً ورغبت فيه قبلته ، وإن كرهته عزلنا عنك ما تكره ؟ فقال : أنصفت فلما جلس سمع وأسلم . وبإسلام هذين الزعيمين لم يمس رجل ولا امراه من بنى عبد الأشهل خارج الإسلام وبذلك ازدهرت سنة بعث المندوب الإعلامي والمعلم إلى القبائل بعد الفتح حيث نري الناس – يدخلون في دين الله أفواجاً .

الإعلاميون الشهداء

إن تاريخ الدعوة الإسلامية يؤكد أن دعاتها لاقوا الشهادة كما لاقاها زملائهم فى الغزوات . لقد بدأت وسيلة إعلام جديدة بعد الهجرة هي بعث الرسول (صلى الله عليه وسلم) وفق ترتيبات معينة بعض أصحابه لإبلاغ الدعوة . وسنتين هنا ظاهرة الفعل ورد الفعل على مستوي جمهور العرب .

قدم أبو عامر بن مالك (على رسول الله (صلى الله عليه وسلم) المدينة فعرض عليه الرسول (صلى الله عليه وسلم) الإسلام ودعاه إليه ، فلم يسلم ، ولم يبعد عن الإسلام ، وقال يا محمد لو بعثت رجالاً من أصحابك إلى أهل نجد ، فدعوهم إلى أمرك رجوت أن يستجيبوا لك ، فقال رسول الله (صلى الله عليه وسلم) : إنى أخشي عليهم أهل نجد ، فقال أبو براء أنا لهم جار ، فأبعثهم فليدعوا الناس فى أمرك : فبعث رسول الله (صلى الله عليه وسلم) المنذر بن عمرو فى أربعين رجلاً من أصحابه ، من خيار المسلمين ، فساروا حتى نزلوا ببئر معونة (وهر أرض بين بنى عامر وحرة بنى سليم) فلما نزلوها بعثوا واحداً منهم وهو حرام بن ملحان بكتاب رسول الله (صلى الله عليه وسلم) إلى عامر بن الطفيل ، فلما أتاه لم ينظر في كتابه حتى عدا على الرجل فقتله ، ثم استصرح عليهم بنى عامر فأبوا أن يجيبوه إلى ما دعاهم إليه وقالوا : لن نحقر أبا براء ، وقد عقد لهم عقداً وجواراً فاستصرخ عليهم قبائل من بنى سليم فأجابوه إلى ذلك فخرجوا حتى غشوا القوم فأحاطوا بهم فى رحالهم ، فلما رأوهم أخذوا سيوفهم ، ثم قاتلوهم حتى قتلوا عن آخرهم إلا كعب بن زيد فإنهم تركوه وبه رمق فعاش حتى استشهد يوم الخندق

وفي موقعة آخري قدم على رسول الله (صلى الله عليه والسلام) رهط من الهون بن خزيمة فطلبوا من الرسول (صلي الله عليه وسلم) أن يبعث معهم نفرا من

أصحابه يفقهون الناس في الدين وقراءة القرآن وشرائع الإسلام قائلين إن في قومهم إسلاماً ولكنهم يحتاجون إلى من يفقهم بالإسلام . وتروي كتب السيرة أن الرسول (صلى الله عليه وسلم) اختار ستة ويذكر بعضهم أنهم عشرة من أصحابة برئاسة عاصم بن ثابت ، ويري آخرون أن قائدهم كان مرثد بن أبي مرثد وعندما وصل هؤلاء الإعلاميون الشهداء إلي مكان يسمي الرجيع وهو ماء لقبيلة هذيل بناحية الحجاز ، غدر بهم من الذين جاؤوا يطلبوهم من الرسول (صلي الله عليه وسلم) ، فاستصرخوا عليهم هذيلاً وفوجئ الشهداء الأبرار وهم فى رحالهم بالرجال يحيطون بهم .شاهرين سيوفهم ، فأخذوا سيوفهم ليقاتلوهم فقالوا لهم : إنا والله لا نريد قتلكم ولكننا نريد ان يصيب بكم شيئاً من أهل ولكم عهد الله وميثاقه ألا نقاتلكم ماذا حدث ؟ رفض بعض الشهداء عهد الكافرين . وهم عاصم بن ثابت ، مرثد بن أبي مرثد ، وخالد بن البكير فقاتلوا وقتلوا ثلاثتهم . وتروى كتب السيرة أن الغادرين أهل هذيل أرادوا قطع رأس عاصم ليبيعونها لامراة من المشركين قتل خبيب ابنها في يوم أحد ، ولكن الدبر (الزنانير) حالت بينهم وبين قطع رأسه، وانتظروا الليل فتذهب الدبر عن جثته فيقعوا رأسه . وكان عاصم قد أعطى الله عهداً ألا يمسه مشرك ولا يمس مشركاً أبداً . فأستجاب الله دعوته في حياته وموته .

ماذا كان من أمر الثلاثة الآخرين ؟ زيد بن الرثة ، وخبيب بن عدى ، وعبد الله بن طارق الذين سلموا سيوفهم وأصبحوا أسري . في الطريق إلى مكة حاول عبد الله بن طارق الهرب فقتله الغادرون بالحجارة وفي مكة بيع الرجلان . فأما زيد فقد اشتراه صفوان ابن أميه بن خلف فقتله في مشهد مثير من كفار مكة حيث يقول له ابو سفيان وقد هيئوه للقتل أتحب ان محمداً الان في مكانه الذي هو فيه تصيبه شوكه تؤذيه . وإني جالس في أهلي وقتل خبيب في مشهد مثير أيضاً فقد صلبوه في التنعيم على أطراف مكة بعد أن طلب أن يصلي ركعتين قبل أن يقتلوه قائلاً : أما والله لولا أن تظنوا أنى إنما طولت جزعاً من التقل لأكثرت من الصلاة . ثم قتلوه .

إرسال مبعوث مع الوفود

مما لاشك فيه أن حركة الاستقبالات – كحركة البعثات – تعتبر نوعاً من (العلاقات العامة) ، ولكنا حرصنا على أن نخص كلا من هاتين الحركتين بكلمة مستقلة بذاتها ، وذلك لأهميتها في تاريخ الدوة الإسلامية ، ولأنها من أكبر مظاهر

النشاط الاعلامي لرسول الله (صلي الله عليه وسلم) ، وبدون ذلك تكون قد قصرنا فى التنوية بهذا النشاط .

في اواخر السنة التاسعة للهجرة ، وطول السنة العاشرة تدفقت على المدينة وفود تمثل مختلف القبائل والعشائر المعروفة في شبه جزيرة العرب ولذلك سمي العام العاشر للهجرة (بعام الوفود) ، وإليك أسماء بعض هذه الوفود على سبيل المثال :

١- وفد ثقيف .

٢- وفد بنى تميم .

٣- وفد تغلب .

٤- وفد نجران من الوفود النصرانية أيضاً .

وكان عدد الوفود سبعين رجلا ، وزعيماهم عبد المسيح وعبد الحارث .

٥- وفد بجيلة من القبائل اليمنية التى كانت تملك هيكلاً اسمه (الخلصة) وكان في اليمن يعتبر بمثابة(الكعبة) في مكة ، وقد هدم المسلمون هذا الهيكل بأمر من النبي (صلي الله عليه وسلم) .

٦- وفود آخري من اليمن وعمان واليمامة والبحرين (وأميرها إذ ذاك هو المنذر) .

٧- وفد وائل بن حجر الكندى والأشعث بن قيس ، وهما زعيما حضرموت جاءوا في أعداد كبيرة ، وكانوا يرتدون الملابس الحريرية ، فلما سألهم الرسول : هل تحبون أن تعتقنوا الاسلام ؟ وقالوا : نعم يا رسول ، فقال لهم : اخلعوا هذه الملابس الحريرية ، ففعلوا ولبسوا غيرها

وقد قيل إنه فى عام الوفود هذا نزلت سورة النصر وفيها يقول الله تعالى :

" إِذَا جَآءَ نَصۡرُ ٱللَّهِ وَٱلۡفَتۡحُ ۝١ وَرَأَيۡتَ ٱلنَّاسَ يَدۡخُلُونَ فِي دِينِ ٱللَّهِ أَفۡوَاجٗا ۝٢ فَسَبِّحۡ بِحَمۡدِ رَبِّكَ وَٱسۡتَغۡفِرۡهُۚ إِنَّهُۥ كَانَ تَوَّابَۢا ۝٣

وقيل كذلك إن هذه السورة نزلت في حجة الوداع ، وكانت آخر ما نزل من القرآن الكريم على رسول الله (صلي الله عليه وسلم) .

ولكنى أميل إلي الرأى الأول ، لأن هذه السورة إنما تشير إلى حادث الوفود ، وتعتبر حركتهم نصراً من الله وفتحاً .

وهكذا عم الإسلام جميع أرجاء الجزيرة العربية باستثناء بعض الجاليات القليلة لليهود والنصاري .

ومع كل وفد من الوفود السابقة كان الرسول يبعث بواحد من أصحابه لكى يصحبهم في عودتهم إلي القبائل التى أتوا منها ؛ المتفقهين في الدين الذين صحبوا هذه الوفود لكي يعلموا القبائل التى أتوا منها ويفقهوهم فى الدين ويجيبوهم إلى كل ما يسألونه من الأسئلة في موضوعات هذا الدين وأركانه وفرائضه ونحو ذلك ، ولكي يفسروا لهم بعض آيات القرآن الكريم ، وأحاديث الرسول ، وبذلك يزداد أفراد هذه القبائل العربية علماً بالدين وعلماً بأوضاعه وأحكامه ، ومن ثم كان العمل الذي قام به القراء عملاً دينياً وإعلامياً فى وقت معاً ، فهم يقومون بدور المعلم ورجل الإعلام فى نفس الوقت .

كان بعض الصحابه يقيم عند الرسول يتعلم أحكام الإسلام وعبادته ثم يعود إلى أهله وقومه فيعلمهم ويفقههم ، من هذا ما أخرجه الامام البخاري عن مالك بن الحويرث قال : أتينا النبي (صلي الله عليه وسلم) ونحن شبيه متقاربون فأقمنا عنده عشرين ليلة فظن أنا أشتقنا أهلنا وسألنا عمن تركنا فى أهلنا ، فأخبرناه وكان رقيقاً رحيماً فقال : (أرجعوا إلى أهليكم فعلموهم ومروروهم وصلوا كما رأيتمونى أصلي ، وإذا حضرت الصلاة فليؤذن لكم أحدكم ثم ليؤمكم أكبركم).

مهام الخطيب الإعلامية :

إن بعد فتح مكة أقبلت وفود القبائل على رسول الله (صلي الله عليه وسلم) لتنظر في أمر هذا الدين الجديد .

ولتحدد موقفها منه ، وكان بنى تميم من أشهر الوفود الذين حفظت ذاكرة التاريخ حضورهم للمدينة لقد كانت بدواتهم وخشونة طباعهم أول ما لقيه الرسول (صلي الله عليه وسلم) وأول حوار مع المسلمون دخلوا المسجد (مسجد الرسول في المدينة) ونادوا من وراء الحجرات أن أخرج إلينا يا محمد جئناك لنفاخرك فاذن لشاعرنا وخطيبنا ، فاذن لهم النبي (صلي الله عليه وسلم) فقام عطارد بن حاجب خطيباً فقال : الحمد لله الذي له علينا الفضل وهو أهله ، الذي جعلنا ملوكاً ووهب لنا أموالاً عظاماً نفعل منها المعروف وجعلنا أعز أهل المشرق وأكثره عدداً وأشده عدة ، فمن مثلنا في الناس ؟ ألسنا برؤوس الناس

وأولى فضلهم ؟ فمن فاخرنا فليعدد مثل ما عددنا ، وإنا لو نشاء لأكثرنا ولكنا تنحينا عن الإكثار وأقول هذا لأن تأتوا بمثل قولنا وأمر أفضل من أمرنا ، ثم جلس . فندب الرسول (صلي الله عليه وسلم) ثابت بن قيس الخزرجي ليجيب فقال : (الحمد لله الذي له السموات والأرض خلقه ، قضي فيهن أمره ، ووسع كرسيه علمه ، ولم يكن شئ قط إلا فعله ، ثم كان من قدرته أن جعلنا ملوكاً واصطفي من خير خلقه رسولاً أكرمه نسباً وأصدقه حديثاً وأفضله حسباً فأنزل عليه كتابه وائتمنه على خلقه ، وكان خيرة العالمين ، ثم دعا الناس إلي الإيمان به فآمن برسول الله المهاجرون من قومه وذوي رحمه ، أكرم الناس أحساباً وأحسبهم وجوهاً ، وخير الناس فعالاً ، ثم كنا أول الخلق إجابة واستجابة لله حين دعانا رسول الله (صلي الله عليه وسلم) فنحن أنصار وزراء الله نقاتل الناس حتى يؤمنوا . فمن آمن بالله ورسوله متع بماله ودمه ، ومن كفر جاهدناه في الله أبداً ، وكان قتله علينا يسيراً ، أقول هذا ، وأستغفر الله لي وللمؤمنين والمؤمنات، والسلام عليكم ثم تحدث شاعرهم ورد عليه حسان مما سنتحدث عنه تفصيلاً في الفصل التالى . وفي ختام الحوار أسلم وفد بني تميم . ومهما تعرضت النصوص في الخطبتين للنقد في دقة الرواية فإن الواقعة في حد ذاتها تبين أن التناظر بالخطابة كان وسيلة من وسائل الحوار في عصر النبوة ، ومن ثم وسيلة من وسائل الإعلام بالدعوة .

وهكذا يتضح جلياً لنا أن الخطيب في الإسلام يمكن اعتباره ناطق إعلامياً حيث يدافع عن الإسلام بكل ما يملك من موهبة ونلاحظ أن هذه الموهبة قد أثقلت بالقرب من رسول الله (صلي الله عليه وسلم) وأيضاً من كثرة قراءة القرآن الكريم والسنة النبوية .

وقد شهد التاريخ بأن خطباء المسلمين المستقبلين لهذه الوفود كانوا أبلغ في كل مرة خطباء الوفود ، ولا غرابة في ذلك فقد كان خطباء المسلمين المجاورين للرسول والصحابة إنما يستمدون معانيهم من القرآن الكريم ومن السنة ومن معاشرة الرسول نفسه ومعاشر الصحابة معه ، كما كان خطباء المسلمين ممتلئين بالعواطف الدينية الجياشة والمشاعر الإسلامية النبيلة بالقدر الذي يكفي للوصول بخطبهم إلى درجة كبيرة من درجات البلاغة والتأثير في نفوس العرب .

الدور الإعلامي للشعراء في الإسلام :-

لعلنا كلنا نعرف أن الشعر هو الوسيلة الإعلامية لدى العرب حيث كانت تقام أسواق مخصصة لإلقاء الشعر ، وأشهرهم سوق " عكاظ " وذلك قبل ظهور الإسلام ، وقد استخدم رسول الله (صلى الله عليه وسلم) الشعراء للقيام بدورهم الإعلامي في عصر النبوة ، وأشهر شعراء الدعوة في عصر النبي : حسان بن ثابت ، عبد الله بن رماحة ، وكعب بن مالك .

حسان بن ثابت ؛

أشهر شعراء النبي (صلي الله عليه وسلم) هو حسان بن ثابت الأنصارى ، أسلم مع الأنصار عندما هاجر النبي إلى يثرب وكان حسان الذي ولد فيها قبل الهجرة بنصف قرن أو يزيد شاعراً مشهوراً من شعراء الجاهلية ولكنه لم يبلغ منزلة النابغة أو الأعشي مثلاً اتصل حسان بالغساسنة ملوك الشام ، شأنه شأن اقرانه من شعراء الجاهلية وكان يمدحهم وينال عطاياهم وهو القائل فيهم :

أسالت رسم الدارأم لم تسأل   بين (الجوابي) فالبضيع (فحومل)

لله در عصابه نادمتهم   يوماً (بجلق) في الزمان الأول

يمشون في الحلل المضاعف نسجها   مشي الجمال إلى الجمال البزل

يغشون حتى ما تهر كلابهم   لا يسألون عن السواد المقبل

وبالهجرة ودخول حسان في الإسلام أصبح شاعر الإسلام الأشهر . يمدح النبي ، ويرد على يهجوه من شعراء قريش . وكان أبو بكر وهو عالم بأنسابهم يدله على معايبهم وعلى من يمكن هجوماً من أمهاتهم .

وهناك واقعة قد أبلي فيها " حسان بن ثابت " بلاءاً حسناً مع وفد بنى تميم ، وكان حسان بن ثابت غائباً فبعث إليه النبي (صلي الله عليه وسلم) فلما بلغ حسان ان الرسول (صلي الله عليه وسلم) يطلبه ليرد على شاعر بنى تميم انشد قائلاً :-

منعنا رسول الله ، إذ حل وسطنا   على انف راض من معد وراغم

منعناه لما حل وسط بيوتنا   باسيافنا من كل باغ وظالم

ولكن حسان لما حضر المجلس وسمع قصيدة الزبرقان رد عليه بنفس القافية قائلاً:-

إن الذوائب من فهر وإخونهم   قد بينوا سنة لله تتبع

يرضي بها كل من كانت سريرته ... تقوي الإله وبالأمر الذي شرعوا

قوم إذا حاربوا ضروا عدوهم ... او حاولوا النفع في أشياعهم نفعوا

ونجد أن وفد بنى تميم أسلم عقب المبارزة الخطابية والشعرية .

فهذه احدي الأحداث التى أثر فيها حسان بن ثابت تأثيراً كبيراً فهذا يمكننا من رؤية الدور الإعلامي للشاعر في نشر الإسلام ، وبذلك يمكننا أن تعتبر الشاعر في عصر النبوة ناطقاً إعلامياً عن المسلمين حيث كان يستدعيه رسول الله (صلي الله عليه وسلم) ليرد عن المسلمين شعر أو هجاء غير المسلمين .

عبد الله بن رواحة

على نقيض حسان في الحرب كان الشاعر عبدالله بن رواحة ، فهو قائد لجيش المسلمين وفارس يحمل اللواء . وهو أحد النقباء الإثني عشر الذين شهدوا بيعة العقبة الثانية . وهو الشاعر الثاني شهرة في باقة شعراء الدعوة الإسلامية ، ورسولها النبي محمد (صلي الله عليه وسلم) . وفي شعره حرارة الفروسية وتدفقها وتكاد قصة استشهاده في غزوة مؤته تحت راية الإسلام وهم زيد بن حارثة، وجعفربن ابي طالب ، وشاعرنا عبد الله بن رواحة ، الذي كان من كتاب الوحى في حياة الرسول (صلي الله عليه وسلم) .

وإذا انتقينا صوراً شعرية لعبد الله بن رواحة نجد الجوانب التى تحدثنا عنها في الدور الإعلامي للشعر في عصر النبوة .

الدفاع عن الدعوة ، وهجاء من يسب الرسول (صلي الله عليه وسلم) ، ثم تسجيل الوقائع وأهمها الغزوات ثم مناظرة من يبارز الدعوة بشعره يقول عبد الله بن رواحة في رثاء حمزة :

بكت عينى وحق لها بكاها ... وما يغنى البكاء ولا العويل

على أسد الإله غداه قالوا ... أحمزة ذاكم الرجل القتيل

أصيب المسلمون به جميعاً ... هناك وقد أصيب به الرسول

ويقول في شهداء الرجيع :-

رحم الله نافع بن بديل ... رحمة المبتغى ثواب الجهاد

صابر صادق وفي إذا ما ... أكثر القوم قال قول السداد

ويقول في أبي سفيان :-

وعدنا ابا سفيان بدراً فلم نجد　　لميعاده صدقاً وما كان وافياً
فأقسم لو وافتينا فلقتينا　　لابت ذميماً وافتقدت المواليا

كعب بن مالك

يمثل كعب بن مالك الضلع الثالث من شعراء الدعوة وشعراء رسولها ، وهو بعد حسان وعبد الله بن رواحة شهرة في تاريخ شعراء الدعوة . وكما كان عبد الله بن رواحة ثالث ثلاثة استشهدوا قواداً في مؤته ، كان كعب بن مالك ثالث ثلاثة امتحنهم الله في التخلف عن غزوة تبوك على لسان كعب حيث يقول :

لم اكن قط ولا أيسر منى حين تخلفت عنه في تلك الغزوة ، والله ما اجتمعت لي راحلتان قط حتى اجتمعتا في تلك الغزوة . وكان موعد هذه الغزوة في الحر الشديد وقد طابت الثمار والسفر بعيد وتجهز رسول الله (صلي الل عليه وسلم) وتجهز المسلمون معه . ويمضي كعب فى حكايته فيقول إن الناس أخذوا يتجهزون .

وخلاصة القول في الدورالإعلامي للشعر في عصر النبوة يمكن إيجازها فيما يلي

- تسجل قصائد الشعراء في عصر النبوة وقائع الحياة كما تسجلها إلى حد قريب صفحات الصحف في أيامن المعاصرة . والمؤرخ للقصائد في عصر النبوة . إنها من المصادر الحيوية للمؤرخ برغم ما فى صفحات الصحف من شوائب الانتحال .
- إن دور الشاعر في عصر النبوة ، كان امتداداً لدوره فى الجاهلية حيث ظل يؤدي الوظيفة الإجتماعية ذاتها ولقد ذهب كثير من النقاد إلى النظر فى الشعر الجاهلى باعتباره مصدراً تاريخياً للعرب لكافة جوانب الحياة الجاهلية . ولا شك انه برغم ما هذه النظرة من تعميم إلا أن هذا االقول فى جملته صحيح ، وإنه ينطبق بهذه الدرجة نفسها على الشعر فى عصر النبوة
- إن الشعر كان فنا شائعاً فى الجاهلية ، وفى عصر النبوة وبسبب شيوعه وانتشاره كان يؤدي وظيفة اعلامية فى المجتمع وتبين الأناشيد الدور الشعبي أو الجماهيري للشعر فى ذلك العصر .

يقول ابو سفيان إنه خرج يضرب كفا بكف وهو إذ ذاك على الكفر لم يسلم بعد ـ على ما صار إليه أمر محمد (صلي الله عليه وسلم)حتى أصبح ملوك بنى الأصفر

يهابونه في سلطانهم بالشام-وجملة الروايات فى رد فعل هرقل أنه لم يستطيع إعلان إسلامه خوفاً ممن حوله .

أما الرسالة التى وجهت إلى النجاش فإنها تختلف إلى حد ما عن هاتيين الرسالتيين السابقتين حيث أنها تقول :

(بسم الله الرحمن الرحيم من محمد رسول الله إلى النجاشي عظيم الحبشة سلام على من اتبع الهدى أما بعد : فإنى أحمد إليك الله الذي لا إله إلا هو الملك القدوس السلام المؤمن المهيمن . وأشهد أن عيسي بن مريم روح الله وكلمته ألقاها إلى مريم البتول الطيبة الحصينة . فحملت بعيسي من روحه ونفخة كما خلق آدم بيده وإنى أدعوك إلى الله وحده لا شريك له ، والموالاه على طاعته وان تتبعنى وتوقن بالله تعالى فإنى رسول الله . وإنى أدعوك وجندك إلى الله عز وجل . وقد بلغت ونصحت فاقبلوا نصيحتى والسلام على من اتبع الهدى) .

وقد أسلم النجاشى ملك الحبشة على آثر والرساله وكما تقول بعض الروايات .

والرسالة الموجهة إلى كسري ملك الفرس هذا نصها :-

(بسم الله الرحمن الرحيم من محمد رسول الله إلي كسري عظيم فارس سلام على من اتبع الهدى وآمن بالله وشهد أن لا إله الله وحده لا شريك له وأن محمداً عبده ورسوله وأدعوك بدعاء الله فإنى أنا رسول الله إلى الناس كافة لأنذر من كان حياً ويحق القول على الكافرين . فأسلم تسلم فإن أبيت فإن إثم المجوس عليك . وكان رد الفعل عند كسري هو تمزيق رسالة النبي

قام الرسول بهذه الحركة الإعلامية الواسعة الناطق ، وأوفد البعثات إلى جميع الجهات بعد أن نزلت الآية الكريمة : " قل يأهل الكتاب تعالوا إلى كلمة سواء بيننا وبينكم ألا نعبد إلا الله ولا نشرك به شيئاً ، ولا يتخذ بعضنا بعضاً أرباباً من دون الله فإن تولوا فقولوا اشهدوا بأنا مسلمون " . (سورة آل عمران الآية ٦٤)

وانها لدعوة منصفة من غير شك.

دعوة لايريد بها النبي (صلي الله عليه وسلم)أن يتفضل عليهم هو ومن معه من المسلمين .... كلمة سواء يقف أمامها الجميع على مستوي واحد لا يعلو عليه بعضهم على بعض ، ولا يتعبد بعضهم بعضاً .

-دعوة لا يأباها إلا متعنت مفسد ، لايريد أن يفئ إلى الحق القويم أنها دعوة إلى عباده الله وحده لايشركون به شيئاً لا بشراً ولا حجراً .

لم يكن هؤلاء السفراء واحد السته الذين خرجوا فى يوم واحد إلى المجتمع الدولى آنذاك هم آخر السفراء من حملة الرسائل للإعلام بالدعوة .

فقد حمل رجال آخرون رسائل إلى حكام آخرين ، وكان من سفراء النبي للإعلام بدعوته أفذاذ من أمثال على بن أبى طالب وأبي موسي الأشعري .

يقول مولانا محمد على ، تعليقاً على حركة البعثات النبوية .

إن الظروف التى أحاطت بتوجيه هذه الرسائل النبوية للملوك والأمراء لتستحق شئياً من التأمل والاعتبار ، فلو أن الرسول وجه هذه الرسائل بعد إخضاع بلاد العرب برمها لنفوذه ، إذا لكان في إمكان الباحث أن بعتبرها عملاً أوحي به الطموح إلى التوسع فى الملك ، فقد كان المسلمون إلى ذلك الحين أضعف من أن يشقوا طريقهم إلى مكة لأداء فريضة الحج ، وكان المشركون لا يزالون هم أصحاب السلطة الحقيقية حتى لقد فرضوا شروط الصلح (يريد صلح الحديبية) على النبي (صلي الله عليه وسلم) .

فصحيح إذن أن الرسول لم يكن بهدف من وراء هذه الحركة الإعلامية إلى التوسع في النفوذ أو جاء أو سلطان أو نحو ذلك ، إنما كان الرسول يحرص من خلال هذه الحركة أن يفهم المسلمون أن الإسلام لم يقصد به العرب وحدهم ولكن يقصد به الناس كافة .

ولنا تعليق آخر من الناحية الإعلامية عدا تعليق مولانا محمد على الذي أوردناه الآن على حركات البعثات النبوية ، ونلخص تعليقنا فيما يلى :

نفهم من دوائر المعارف الإنجليزية والأمريكية أن الدبلوماسية ذاتها فن حضري بحت – بمعنى أنه لم يعرف إلا فى العصور الحديثة – وفي العصر الذى نعيش فيه بنوع خاص

ولعل أقصى ما ذهب إليه المؤرخون المحدثون هو أن الدبلوماسية لم تعرفها البشرية قبل القرن الثالث عشر الميلادي ، وهم يقولون إن هذا الفن إنما بدأ في (الفاتيكان) على يد أحد البابوات منذ أخذ البابا يبعث بالوفود إلى الملوك والأمراء لأغراض دينية وأخري سياسية وهذا خطأ تاريخي لأن الدبلوماسية ظهرت في

صدر الاسلام على يد رسوله صلى الله عليه وسلم

مبعوثو الرسول إلى الملوك والأمراء وسيله إعلام دولي :-

حدثنا كتب السيرة أن الرسول عاد من صلح (الحديبية) فدعا المسلمين إلى اجتماع عام أوضح لهم فيه أن الاسلام جاء رحمة للناس كافة ، وأن العرب ليسوا هم المقصودين وحدهم بهذا الدين ، وأن الوقت قد حان لحمل الرسالة الإسلامية إلى جهات أخري فى داخل بلاد العرب وفى خارجها ، وأنه يجب البدء بالملوك والأمراء المحاورين لهم ومنهم يومئذ : قيصر الروم ، وكسري فارس ، نجاشي الحبشة والمقوقس وعزيز مصر ، وأمير البحرين وصاحب دمشق ، وأمراء اليمن، وهذا كله فضلاً عن أمراء العرب الذين لم يدخلوا بعد فى هذا الدين ، ومنهم الأمير شرحبيل وغيره .

مندوبو الرسول إلى الملوك والأمراء :

بعث الرسول (صلي الله عليه وسلم) رسلاً من أصحابه معهم كتباً إلى الملوك يدعوهم فيها إلى الاسلام :

١- فبعث دحية بن خليفة الكلبي إلى قيصر ملك الروم .
٢- وبعث عبد الله بن حذافة السهمى إلى كسري ملك فارس .
٣- وبعث عمرو بن أمة الضمري إلى النجاشي ملك الحبشة .
٤- وبعث حاطب بن أبى بلتعة إلى المقوقس ملك الاسكندرية .
٥- وبعث عمرو بن العاص السهمى إلى جيفر وعبد ابنى الجلندي ملكى عمان
٦- وبعث سليط بن عمرو إلى (ثمامة بن آثال وهوازة بن على) على الحنفيين ملكى اليمامة .
٧- وبعث العلاء بن الحضرمي إلى المنذر بن ساوى العبدى ملك البحرين
٨- وبعث شجاع بن وهب الأسدي إلى الحارث بن أبى شمر الغساني – ملك تخوم الشام .

وقيل إنه للأسف الشديد لم يحتفظ التاريخ بكل هذه الرسائل النبوية ، وذلك فيما عدا الرسائل التى وصلت إلا كلاً من المقوقس ، وهرقل ، والنجاشي ، وكسري

- أمـا أثـر الرسـائل فقد كـان النجـاح فـى الاعـلام بالـدعوة ، بـل والحـوار حـول الدعوة ذاتها . ولم تكن الرسائل للملوك رسائل شخصية وانما كانت موجهة إلى رعايا الملوك من خلال حكامهم . أما رد الفعل فقد اختلف ممن وجهت إليهم الرسائل ومن حاشيتهم .

فقد ذكـر التـاريخ أن " المقـوقس " قـد أحسن استقبال الوفـد الـذي حمـل إلـى الرسالة وأنه حفظ هذه الرسالة نفسها فـى صـندوق ثمين وبعث مـع الوفد الذي عـاد إلـى الرسـول بجملـة مـن الهدايا ومنهـا بغلـة وجاريتـان ، تـزوج الرسـول بواحدة منهما وهي ماريا القبطيـة ، وأهدى الأخـري – واسمها شيرين – إلـى شاعره حسان بن ثابت .

" بسم الله الرحمن الرحيم " مـن محمـد عبد الله ورسـوله إلـى المقـوقس عظـيم القبط ، سلام على من ابتع الهدي أما بعد ، فإنى أدعوك بدعايـة الاسـلام ، أسـلم تسلم ، يؤتلك الله أجرك مرتين ، فإن توليت فعليك إثم القبط

" يا أهل الكتاب تعالوا إلى كلمة سواء بيننا وبينكم ألا نعبد إلا الله ولا نشرك بـه شيئاً ولا يتخـذ بعضنا بعضـاً أربابـاً مـن دون الله ، فـإن تولـوا فقولـوا اشـهدوا بأنا مسلمون "

يقول ابو سفيان إنه خرج يضرب كفا بكف وهو إذ ذاك على الكفر لم يسلم بعد – على ما صـار إليه أمر محمد (صـلي الله عليه وسلم)حتى أصبح ملوك بنى الأصفر يهابونـه في سلطانهم بالشام وجملة الروايات فى رد فعل هرقل أنه لم يستطيع إعلان إسلامه خوفاً ممن حوله .

أما الرسالة التى وجهت إلى النجاش فإنها تختلف إلى حد ما عن هـاتيين الرسـالتيين السـابقتين حيث أنـها تقول :

(بسم الله الرحمن الرحيم من محمد رسول الله إلى النجاشي عظـيم الحبـشة سلام على من اتبـع الهـدى أمـا بعد : فـإنى أحمـد إليك الله الذي لا إلـه إلا هـو الملك القدوس السلام المؤمن المهيمن . وأشهد أن عيسي بن مـريم روح الله وكلمتـه ألقاها إلى مريم البتول الطيبة الحصينة . فحملت بعيسي مـن روحـه ونفخـة كمـا خلـق آدم بيده .

الفصل الرابع
تدريب وتأهيل المتحدث الرسمي

- تعريف التدريب.
- أهمية التدريب.
- أهداف التدريب.
- وظائف التدريب.
- الفرق بين التعليم والتدريب للمتحدث الرسمي.
- الفرق بين التدريب والتأهيل.
- الفرق بين التدريب والخبرة.
- أسس التدريب.
- الصعوبات التي تواجه تدريب المتحدث الرسمي.
- أنواع التدريب.
- تأهيل المتحدث الرسمي.
- واقع التدريب في الوطن العربي.
- المركز التدريبي للمتحدث الرسمي.

تعريف التدريب الإعلامي :

تتعدد التعريفات لمفهوم التدريب ومنها تعريف الدكتور محمود علم الدين ، التدريب فى مجال وسائل الاتصال الجماهيرية أو الاتصال بالجماهير بأنه تلك العملية المنظمة المخطط لها لاستثاره ونقل بعض الخبرات والمهارات والمعلومات والأفكار إلى العاملين فى وسائل الاتصال الجماهيرية (جرائد - مجلات - راديو - تليفزيون - سينما - إدارة العلاقات العامة - الإعلان) بفرض تنشيط خبراتهم وتجديد أفكارهم ومعلوماتهم.

ويعرف التدريب بأنه عملية مخططه لتعديل الاتجاهات أو المعارف أو المهارات أو السلوكيات وذلك بهدف تحقيق الأداء الفعال فى إطار نشاط ما أومجموعة من الأنشطة .

ويرى اتجاه أخر أن التدريب هو عملية تعديل إيجابي تناول سلوك الفرد من الناحية المهنية أو الوظيفة بهدف كسب المعارف والخبرات والمهارات التي يحتاج إليها الإنسان وتحصيل المعلومات التي تنقصه، والاتجاهات الصالحة للعمل من أجل رفع مستوى كفاية فى الأداء وزيادة إنتاجيه بحيث تتحقق فيها الشروط المطلوبة لإتقان العمل وفاعليته مع السرعة والاقتصاد في التكلفة والجهود المبذولة وفي الوقت المستغرق.

ويحيل رأي أخر إلى تعريف التدريب بأنه :

نشاط مخطط يهدف إلى إحداث تغيرات فى الفرد والجماعة من ناحية المعلومات والخبرات والمهارات ومعدلات الأداء وطرق العمل والسلوك والاتجاهات مما يجعل هذا الفرد أو تلك الجماعة صالحين لشغل وظائفهم بكفاءة وإنتاجيه.

ويعرف التدريب بأنه: ضرورة أساسية لبناء كفاءة الأفراد عند الالتحاق بالعمل ومعالجة مشاكلهم أثناء الأداء وتطوير قدراتهم إلى مراكز وظيفة تفيد الأفراد من ناحية والمشروع من ناحية أخرى .

وتعريف اسما حسين حافظ التدريب الصحفي الذي يتم فى الأساس فى أقسام وشعب الصحافة : مهمة ومسئولية أعضاء جهاز التدريس الصحفي أساسياً

فى إعداد وتأهيل طلبه التخصص على الوجه الذي يقتضيه تخريج أجيال الصحفيين الصاعدة بأعلى مستوى من الكفاءة والخبرة العملية بناء على الجهد المنظم والمخطط الهادف إلى تنمية القدرات واكتساب وصقل المهارات الفردية وذلك في إطار ما ينهي تحقيقه من تكامل بين الدراسة النظرية وجوانب الممارسة التطبيقية والمران بالاستعانة بصفة أساسية في المؤسسات الصحفية.

تعريف المؤلف " رفعت الضبع ": هو عملية لإكساب المعلومات والمهارات الإعلامية الجديدة لصالح المتحدث الرسمي وفقا لبرنامج محدد .

أهمية تدريب المتحدث الرسمي:

١- يوفر فرصاً حقيقية لتحسين اتجاهات المتحدثين الرسميين وصقل مهاراتهم وتزويدهم بالمعارف اللازمة لتلبيه احتياجات العمل الذي يقومون به.
٢- تنمية روح الانتماء للمؤسسة عن طريق تبادل الأداء والمشاركة في وضع السياسات.
٣- يساعد على توفير إتقان اللغة العربية وبعض اللغات الأجنبية المساعدة على فهم المصطلحات العلمية.
٤- اكتساب المهارات والمعارف اللازمة لتولى المناصب العليا.
٥- إتاحة فرصة التدريب على برامج الكمبيوتر والإنترنت.
٦- رفع كفاءة المتحدثين القدامى وتحديث معارفهم وتنميه مهاراتهم وقدراتهم وتغيير اتجاهاتهم أو تعديلها أو التأكد على صحتها.
٧- تبادل الخبرات من خلال تبادل الزيارات بين المؤسسات في الداخل والخارج.
٨- اكتساب الخبرات الجديدة عن طريق المنح الدراسية.
٩- تتبع أهمية التدريب العملي أثناء الدراسة النظامية أو الأكاديمية للطلاب داخل المؤسسات سواء في أثناء العام الدراسي أو في الأجازات الصحفية وفق التخصص المطلوب.
١٠- التدريب التخصصي على أداء عمل معين مرتبط بالعمل الأصلي بهدف اكتساب مهارات جديدة لرفع مستوى الأداء من خلال التدريب العملي.

أهداف تدريب المتحدث الرسمي :

١- تغير الاتجاهات وتطويرها.
٢- تقديم المعرفة.
٣- تنمية المهارات.
٤- مساعدة العاملين على أداء الأعمال والوظائف الحالية بأحسن مستوى ممكن.
٥- تزويد الفرد وإكساب معارف أو مهارات لازمة لممارسة العمل أو أداء المهام التي يعهد بها إليه والمقصود تدريبية ومرانه عليها.
٦- تنمية العاملين للقيام بالوظائف المستقبلية.
٧- تخريج الكفاءات المؤهلة لتحمل عبء العمل ومسئولية في شتى المجالات الإذاعية النوعية.
٨- تكوين قدرات مهارية على ممارسة جوانب العمل الذي يتم التدريب عليه وذلك عن طريق المران العملي والأنشطة التطبيقية حتى يتمكن من أداء العمل وحدة دون الاعتماد على غيره وتجديد تلك المهارة باستمرار.
٩- زيادة ثقة المتدرب بنفسه والارتقاء بمستواه التعليمي والثقافي وتدعيم اتجاهاته إلى التفكير والابتكار.
١٠- زيادة القدرة على الاطلاع و البحث والدراسة.
١١- تزويد المتحدث بالأسس المعرفية عن الأنساق الاجتماعية التي يعيش فيها الأفراد والأسر والجماعات ومنهم أشكال التفاعلات بين الإنسان وبيئته التي يعيش فيها.
١٢- تعليم المتحدثين الإدراك والفهم والتنويع للحاجات الإنسانية من خلال إدراك الفروق والتشابه في الخبرات والحاجات والمعتقدات بين الناس.

وظائف التدريب الإعلامي للمتحدث الرسمي:

١- **صقل المتدربين :** يعمل التدريب على تزويد المتدربين بما يهمهم ويتصل بشئون عملهم من معلومات وحقائق عن الموضوعات الجديدة المختلفة.

٢- **التثقيف :** يعتبر التدريب أحد مصادر الإشباع الثقافي والحضاري حيث اتسع دورها وتأثيرها كأداة لتعليم وتثقيف وتنوير وتوعية المتدربين فالثقافة يتبع مفهومها

ليتمثل على إشباع الاحتياج الإنساني لمختلف جوانب المعرفة في شتىالمجالات المختلفة.

٣- **المشاركة المجتمعية :** تنمية الحس المهني و الشعور بالمسئولية لدى الجماهير وذلك من خلال أسس عملية.

٤- **التنمية :** إن التنمية والتطوير كمقصد هام وهدف أساسي مرتبط بكافة أهداف ووظائف التدريب حيث تؤدي إلى تحقيق الارتقاء والتطور الحضاري بالمجتمع والأخذ بيده نحو التقدم.

٥- **الإحساس بالمسئولية :** نتيجة التدريب من غرس الشعور بالمسئولية الإنسانية والقانونية تجاه المؤسسة ومتابعة المتغيرات والمستحدثات في مجال المهنة .

٦ ـ **التعارف والترفيه :** ينتجه التدريب إلي التعارف الاجتماعي والثقافي و المهارى والترويحي .

الفرق بين التعليم والتدريب

من حيث	التعليم	التدريب
المفهوم	هو الدراسة النظامية في المدرسة أو الكلية أو الجامعة أو أي مؤسسة تهدف إلى بناء الإنسان	هو الأداة أو الوسيلة التي تكفل للفرد ممارسة أحد الأعمال بذاته واستغلال حصيلة التعليم
الهدف	يهدف التعليم إلى تزويد الفرد بحصيلة معينة من العلم أو المعرفة النظرية في مجال ما	يهدف إلى تحسين أداء العاملين ورفع كفاءتهم وذلك حتى يؤدوا أعمال بكفاءة
درجة الاهتمام	يهتم بالمعارف ويركز على الموضوع	يهتم بالفرد ويركز على الشخصية
الوظيفة	السببية في أداء مهمة محددة	لها بعد واحد وهو الكيفية
من حيث أهميته	التعليم هدف أساسي في حد ذاته	وسيلة لتحقيق الهدف

وبوجه عام... فالتدريب والتعليم وجهان لعمله واحدة في إطار العملية التعليمية فالتعليم والتدريب المستمر هو الطريق الأمثل للوصول إلى الكوادر الإعلامية القادرة على البذل والعطاء .

الفرق بين التدريب والتأهيل

من حيث	التأهيل	التدريب
التعريف	عملية مخططة لتعديل الاتجاهات والمعارف والمهارات بهدف تحقيق الأداء الفعال في إطار نشاط أو مجموعة من الأنشطة	إكساب الفرد مجموعة من المعارف والقدرات والمهارات والصفات العامة والخبرات والتدريب
شروط الحدث	يمثل متطلبا تجهيزياً عام ما يتم قبل أو بعد الالتحاق فعليا بالعمل على السواء	قد يكون التأهيل شرطاً أساسياً للالتحاق ببعض الوظائف أو الأعمال يتم قبل المزولة

ملحوظة : التدريب أكثر شمولاً وأعمق متخصص من التأهيل .

الفرق بين التدريب والخبرة للمتحدث الرسمي

من حيث	الخبرة	التدريب
المفهوم	عملية لتعديل الاتجاهات السلوكيات في إطار مجموعة من الأنشطة	هي درجة عالية من المعرفة والدراية تتم اكتسابها بالفعل نتيجة ممارسة عملية. وتعرض لعديد من المواقف والظروف أو المصائب
الفترة الزمنية	يحتاج إلى مدى زمني أقل من الخبرة	يحتاج إلى مدى زمني طويل
شروط اكتسابها	عـــــام	خـــــاص

وبوجه عام ..

- إن التدريب ← يؤدي إلى تحقيق الخبرة وقصر المدة اللازمة لإكساب الخبرة وبالتساؤل ← يؤدي إلى قلة الوقوع في الأخطاء .
- الحصول علي الخبرة ← يعتبر مؤشراً نجاح العمل التدريبي وارتفاع مستواه

الخطوات الواجب إتباعها للقائمين على تدريب المتحدث الرسمي :

١- التفهم الواعي لاحتياجات التدريب حتى يمكن رسم سياسة على أسس عملية سليمة.
٢- الحصر الشامل المتكامل للبرامج التدريبية اللازمة والمواد التدريبية (النظرية - العملية).
٣- الإلمام التام بجميع الأنشطة والجوانب التطبيقية المطلوب المران عليها لاكتساب المهارة بطريقة جيدة.
٤- الابتعاد التام على الارتجال والعشوائية والاهتمام بالتخطيط التدريبي.

وبوجه عام : إذا كان التخطيط في غاية الأهمية فالأهم ولاشك هو ← التنفيذ وحسن التطبيق لأسس وعناصر الخطة التدريبية والالتزام بها .

أسس تدريب المتحدث الرسمي

١- **تحديد هدف التدريب :** يجب أن يكون هدف التدريب يتسم بالوضوح والدقة والقابلية للقياس وأن تكون تلك الأهداف متكاملة غير متعارضة وبشكل قابل للقياس والتحقيق.

٢- **حصر موضوعات أو محتويات المادة المنهجية والجوانب العملية للتدريب :**
نشير هنا إلى أن المادة التعليمية والجوانب العملية في التدريب يجب أن تكون موجهه أكثر لخدمة المتدرب بدلاً من تكون موجهه لخدمة المدرب أو الجهة القائمة بالتدريب.

٣- **اختيار أساليب التدريب بما يناسب كل جانب من الجوانب التدريبية:** تتنوع أساليب التدريب وأوجه ممارسة أنشطة المختلفة وتطبيقاته العملية وكذلك جوانب التدريب عديدة ومختلفة باختلاف المجال الذي يحدده التدريب.

٤- **تحديد الفترة الزمنية اللازمة للتدريب:** يجب مراعاة ساعات التدريب اللازمة والمدة الزمنية التي يتم خلالها التدريب دون إفراط أو تفريط وذلك لتحقيق أقصى فائدة ممكنة للتدريب وتجنب مضيعة الوقت والجهد والمال وذلك بالنسبة للمدرب أو جهة المتدرب.

٥- تحويل المنهج إلى برنامج تدريبي ووضع الجدول الزمني للتنفيذ ومراجعة البرنامج قبل تنفيذه : وذلك يعني تحويل النظري إلى تطبيق أو عملي والتأكد من مراجعة المنهج قبل تحويله إلى برنامج والتبصير من مدي ملائمة لمستوى المتدربين والتأكد من أنه يشتمل على الموضوعات التدريبية اللازمة لتحقيق الهدف النهائي.

الصعوبات التي تواجه تدريب المتحدث الرسمي

١- نقص واضح في الخبرة والمهارة لدى معظم مشرفي التدريب الذي يتم اختيار بناء على السمعة الشخصية دون مراعاة عنصر الكفاءة أو المهارة
٢- أن المؤسسات التدريبية غير قادرة على استيعاب وتنفيذ خطط برامج التدريب العملي .
٣- عدم استخدام أساليب علمية مقننة تساعد على معرفة مردود العملية التدريبية وذلك لتقييم جهود وإنجازات المتدربين أثناء العمل التدريبي .
٤- ندرة أو قلة الدور المهني للمتدرب في مختلف المؤسسات التدريبية وهامشية الدور الذي يقوم به ما يعقد فيه وفي خبراته وقدراته كمدرب لهم
٥- عدم تدريب المتحدثين الرسميين في المؤسسات الإعلامية
٦- قلة توفير الإشراف العلمي على التدريب من الأساتذة في مجال التخصص.
٧- لا يوجد التحفيز المطلوب في العملية التدريبية للأساتذة والخبراء .
٨- عدم وضوح فلسفة وأهداف التدريب لبعض المدربين وغالبية المتدربين.

٩- عدم استثمار العطلة الصيفية في التدريب.
١٠- افتقاد خطة الدراسة إلى لائحة عملية حديثة للتدريب.
١١- قلة الفترة الزمنية المتاح فيها التدريب.
١٢- ندرة تنظيم برامج تدريبية للقائمين على تدريب المتحدث الرسمي داخل المؤسسة وخارجها .

أنواع التدريب للمتحدث الرسمي

أولاً : التدريب حسب المرحلة الوظيفية :

تدريب الموظفين الجدد : هو التدريب الذي يقوم للموظفين الجدد بهدف خلق اتجاهات نفسية وإيجابية لديهم على العمل حتى تضمن فاعلية كبيرة في التدريب.

توجيه الموظف الجديد :

١- **التدريب بغرض تجديد المعرفة والمهارة:** هو التدريب الذي يقدم حينما تتقادم معارف ومهارات الأفراد وخاصة حينما يكون هناك أساليب تكنولوجية وأنظمة جديدة.
٢- **التدريب بغرض تغيير المسمى الوظيفي :** يقوم التدريب بسد الاختلافات والفروق في المهارات والمعارف وذلك نتيجة اختلاف المهارات والمعارف الحالية للفرد عن المهارات والمعارف المطلوبة في الوظيفية.
٣- **التدريب للتهيئة في المعاش :** هو ذلك التدريب الذي يتم في المنظمات الراقية بهدف تهيئة كبار السن من العاملين إلى الخروج للمعاش.
٤- **التدريب التحويلي :** هو تدريب الموظفين على مهنة جديدة تختلف عن مهنة الأولي أو تختلف عن تخصصه .

ثانياً : أنواع التدريب حسب المسمى الوظيفي :

١- **التدريب المهني والفني :** يهتم هذا النوع من التدريب بالمهارات اليدوية والميكانيكية.

٢- **التدريب التخصصي :** يهتم هذا النوع من التدريب باكتساب المتدرب بمعارف ومهارات خاصة بوظائف أعلى.

٣- **التدريب الإداري :** يتضمن هذا التدريب المعارف والمهارات الإدارية والإشرافية لتقلد المناصب الإدارية.

ثالثاً : التدريب حسب مكانه :

١- **التدريب داخل المؤسسة :** هو ذلك التدريب الذي يعقد داخل المؤسسة سواء للمدربين من الداخل أو الخارج.

٢- **التدريب خارج المؤسسة :** هو ذلك التدريب الذي يتم خارج المؤسسة وقد يكمن داخل نفس الدولة أو خارجها .

٣- تدريب المتحدث الرسمي أثناء العمل :

أ- نظام التدريب الأكاديمي: هو ذلك النظام الذي يجمع بين الدراسة المنظمة المتخصصة في إحدى المدارس والمعاهد أو الكليات وبين ممارسة عمل المتحدث الرسمي في مؤسسة معينة وذلك لاكتساب الخبرات المهنية إلى جانب المعارف الأكاديمية.

ب- المناقشة

ج- التعاون الإقليمي في التدريب: وذلك من خلال تنظيم حلقات دراسية ودورات في مراكز تدريبية.

د- عقد لقاءات مع خبراء المتحدثين الرسميين في الدول الرائدة.

هـ الاستعانة بالمتخصصين من غير العاملين في المؤسسات كمستشارين أو كخبراء مساعدين.

و- إيفاد العاملين في مؤسسة ما في زيارات أكبر في الدولة نفسها مشابهة في دولة متقدمة أو لمؤسسة أكبر في الدولة نفسها للإطلاع على سير العمل أو للإطلاع على المستحدثات والتقنيات بها

ز- المراكز التدريبية التي تنشئها بعض مؤسسات التدريب أو تشارك في تمويلها بالتدريب العاملين بالفعل أو الراغبين في الالتحاق بالعمل في تلك المؤسسات.

٤- تدريب المتحدث الرسمي وفقاً لمؤسسات التدريب :

أ- التدريب أثناء العمل: يتم التدريب أثناء العمل عندما تقوم المؤسسة بوضع جدول لبرنامج تدريبي حيث يصبح بإمكان المتدرب الاستفادة القصوى من التدريب لمعايشة واقع المتحدثين الرسميين.

ب- الاستعانة بأحد المتخصصين : يتم الاستعانة ببعض المتخصصين في مجال تدريب المتحدث الرسمي ليقوم بتدريب الأفراد العاملين لديها.

ج- التدريب بالخارج : هو التدريب الذي يتم من خلال استغلال الفرصة التدريبية التي تتاح للمتحدثين الرسميين للمتدرب في الدول المتقدمة.

د- التدريب الأكاديمي: هو التدريب الذي يمنح للطالب (تأهيل المتحدث الرسمي) داخل الجامعة أو المعهد الأكاديمي.

تأهيـــل المتحدث الرسمي

- مفهوم التأهيل.
- مكونات التأهيل.
- أهداف التأهيل.

أولاً : مفهوم التأهيل للمتحدث الرسمي :

يعرف التأهيل بأنه إكساب الفرد مجموعة من المعارف والقدرات والمهارات والصفات العامة والخبرات والتدريب للمتحدث الرسمي.

تعريف المؤلف " رفعت الضبع " لتأهيل المتحدث الرسمي : هو عملية إكساب المهارات والمعلومات اللازمة لمهنة المتحدثين الرسميين.

ثانياً : أهداف التأهيل الأكاديمي :

١- تزويد المتحدث الرسمي بالمعارف والقدرات والمهارات التي تمكنه من الوفاء بنجاح باحتياجات المهنة .

٢- تنمية معارف المتدربين بدور المتحدث الرسمي في المجتمع.

٣- إعداد الخريجين بحيث يمكنهم خضوع مهام المتحدث الرسمي للتحليل والنقد.

٤- تزويد الممارسين لمهن المتحدث الرسمي بمزيد من التعليم أثناء العمل.

ثالثا : مكونات عملية التأهيل للمتحدث الرسمي :

- الأستاذ الإعلامي .
- المنهج المتحدث الرسمي .
- الطلاب.
- الكتاب .
- الإمكانات والمعدات.
- الإدارة الجامعيـــة.

وفيما يلي عرض موجز لهذه المكونات :

أولاً : المنهـــج

يعرف المنهج بأنه: مجموعة متنوعة من الخبرات التي يتم تشكيلها وإتاحة الفرصة للمتعلم المردود بها وهو ما يتم عبر عمليات التدريس التي تظهر نتائجها فيما يتعلمه المتحدثون الرسميون وقد يكون هذا من خلال المؤسسة المتخصصة وغيرها من المؤسسات الكبرى لتدريب متحدثها الرسمي ويشترط في هذه الخبرات أن تكون منطقية وقابلة للتطبيق والتأثيروفقا لفلسفة المتحدثين الرسميين.

هناك عدة أمور ينبغي مراعاتها في المنهج :

١- أن يكون غالبية المواد المقررة متصلة بالمتحدث الرسمي . اتصالا وثيقا ويضاف إليها مواد ومعارف عامة.

٢- أن تغطى المناهج الجوانب الاتصالية المتخصصة واللازمة للمتحدثين الرسميين حتى يتسنى لهم ممارسة العمل المهني داخل المؤسسة .

فقد بذلت جهود كبيرة لتوصيف مناهج المتحدث الرسمي وتنقسم المناهج التي يتم تدريسها إلى عدة مجموعات.

- مواد ثقافية تهدف إلى التكوين الثقافي من معارف سياسية ـ اقتصادية ـ اجتماعية .
- مواد نظرية في مجال المتحدث الرسمي : النظريات العلمية في الصحافة والاذاعة والتليفزيون والعلاقات العامة والرأي العام ـ التشريعات

الاعلامية وأصول التربية وعلم النفس والصحة النفسية والتربية الاجتماعية وأخلاقياتهم.

- مواد تطبيقية: مواقف عملية لأشهر المتحدثين الرسميين.
- مواد عملية: إجراء مؤتمرات ولقاءات اعلامية بشكل عملي.
- مواد متخصصة في مجال المتحدث الرسمي: إذاعة - تليفزيون - علاقات عامة واتيكيت وبروتوكول.

ثانياً : الأساتذة

يعرف أستاذ الجامعة بأنه كل مشتغل بالتدريس والبحث من الأساتذة والأساتذة المساعدين والمدرسين ويستخدم عدة مصطلحات للإشارة إلى الأستاذ الجامعي منها أستاذ Professor ومعلم Teacher ومحاضر Lecture وعضو هيئة التدريس Faculty Member.

وهناك عدة أدوار يقوم بها أستاذ الجامعة:

١- الدور الأكاديمي: يشير إلى الأنشطة التي يضطلع عليها أستاذ الجامعة وتتعلق بالتدريس والبحث العلمي والخدمة العامة وتنقسم إلى (خدمة الجامعة - خدمة المجتمع).

٢- **الدور الإداري** : يقصد بها الأعمال الإدارية التي ارتبطت بأستاذ الجامعة كرئاسة القسم أو وكالة الكلية أو عمادتها.

ثالثاً : الطـــلاب :

يعد الطالب هو الأساس في العملية التدريبية حيث أنه المستهدف منها فالمتحدث الإعلامي يجب أن يكون لديه الآتي :

١- المقدرة على التعبير اللغوي السليم.
٢- أن يكون واسع الأفق.
٣- أن يكون لديه ثقافة واسعة.
٤- أن يجتاز الاختبارات التي تنظمها كليات التربية النوعية والإعلام والأداب .

٥- أن يكون لديه قدرة على الإبداع والابتكار.
٦- أن يكون خاليا من الأمراض النفسية والتشوهات الخلقية والجسمية.

رابعا : الكتــاب :

توفير الكتاب للمتحدث الرسمي المناسب في مختلف التخصصات من المشكلات الأساسية التي تواجه كل من أساتذة الإعلام والمتحدثين الرسميين وتقف أمام تحصيله الدراسى ، فما زالت المكتبات فقيرة بالمؤلفات المتصلة بالمتحدث الرسمي وخاصة التي تحمل اسماء اساتذة الجامعات المتخصصين ويفضل ان يكون الكتاب محكما من قبل المتخصصين ومنشورا بدور النشر.

خامساً: الإمكانيات التدريبية :

١- لابد من توافر الإمكانيات والمعدات من حيث الكم والكيف لتحقيق الأغراض للمتحدث الرسمي.
٢- لابد من توافر مكتبة تحتوى على الكتب القيمة في تخصصات المتحدث الرسمي المختلفة.
٣- أن تكون خدمات هذه المكتبة متاحة لاستخدام المتحدثين الرسميين.

سادسا : الإدارة

هناك عوامل من المشكلات التي تؤثر على طبيعة الإدارة :

١- المركزية الشديدة في الإدارة:
٢- محدودية الموارد المالية
٣- تعدد الأجهزة الرقابية ذات الصلة
٤- النقص في معايير تقسيم العاملين
٥- التوجيهات السياسية والاجتماعية والثقافية للدولة بصفة عامة
٦- القوانين والتشريعات التي تحدد مفهوم استقلال المؤسسات إداريا وماليا.
٧- الأنظمة واللوائح والاجراءات التي تتصل بالنشاط الإعلامي.
٨- التشريعات الإدارية قديمة وجامدة.

أهمية التدريب والتأهيل للمتحدث الرسمي :

توجد مجموعة من الاعتبارات التي تؤكد أهمية الدور الذي يمكن أن يلعبه التدريب والتأهيل للمتحدث الرسمي :

١- زيادة فعالية الخدمات الإعلامية في التاثير العام : تؤدى وسائل الإعلام الجماهيرية خاصة الراديو والتليفزيون والصحف دورا مؤثرا في تشكيل الرأى العام وإمداده بالمعلومات والآراء والقيم مما يفرض ضرورة وصول الخدمات الاعلامية الى درجة ممكنة من الفاعلية والتأثير ويستلزم الوصول الى هذا الهدف توافر مجموعة من العناصر كالاجهزة الهندسية المناسبة ووضع السياسات التخطيطية طويلة ومتوسطة وقصيرة المدى وعلى رأس هذه العناصر العنصر البشري الذي يتولى تشغيل هذه الاجهزة وتنفيذ السياسات التخطيطية وما لم يصل هذا العنصر عن طريق التدريب المستمر الى المستوى الفنى المناسب فلن تستطيع الاجهزة بذاتها ان تضيف شيئا مؤثرا ولن تجد السياسات المؤثرة وسيلتها الى التنفيذ

٢- حسن استخدام الامكانيات المتاحة : لا يمكن تحقيق الاستخدام الرشيد للامكانيات المتاحة الا عن طريق الايدي الخبيرة ، فهي القادرة على العناية بالاجهزة الدقيقة وعدم تعريضها الى التلف. وهى القادرة على حسن استخدام كل دقيقة من ساعات العمل والاجهزة الفنية وعدم ضياعها فيما لا ينبغى ان تضيع فيه.

٣- اعداد احتياطي من العاملين لمواجهة متطلبات التوسع والانشاءات الجديدة تمر معظم الخدمات الاعلامية في الوطن العربي في الوقت الحاضر بمرحلة تطور ضخمة تتمثل في إنشاء مؤسسات جديدة وإقامة مدن إعلامية وشبكات إرسال جديدة ، وهو توسيع ضرورى يتمشى مع أهمية الدور المنوط بالمتحدث الرسمي والمسئوليات السياسية والاجتماعية الملقاة على كاهله ، مما يفرض ضرورة إيجاد احتياطى من العاملين القادرين على تنفيذ هذه المخططات حتى لا تفاجأ المؤسسا ت الاعلامية العربية بفراغ بين إمكانياتها او تضطر الى اسناد هذه المشروعات بعد تنفيذها الى غير المتفرغين أو غير القادرين على حسن استخدامها.

وبصفة عامة يمكن القول أن التأهيل والتدريب يؤديان الى اعداد العاملين الجدد لعمل المتحدث الرسمي وتطوير مهارات العاملين القائمين بالعمل فعلا ونشر المعلومات التي تساعد تطوير عمل المتحدث الرسمي وتشجيع البحث عن صيغ جديدة للبرامج واقتراح وسائل جديدة للعمل وتبادل الخبرة الاعلامية مع خبرات الاجهزة الثقافية الأخرى.

بعض المبادئ الأساسية في تصميم مناهج تدريب المتحدث الرسمي :

انتهت الدراسات العلمية في مجال تدريب المتحدث الرسمي الى مجموعة من المبادئ الاساسية التي تؤخذ في الاعتبار عند تصميم مناهج تدريب المتحدث الرسمي لتحقيق الاهداف المرجوة لخدمة التخطيط ، منها :

١- ينبغي ألا يركز التدريب على الجانب المهني وحده ، بل لابد له ان يشمل ايضا على قدر كبير من التثقيف حول القضايا العامة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية التى تتصل بشكل غير مباشر بعمل المتحدث الرسمي، فالعاملون لا يقدمون أشكالا فنية فقط وإنما يقدمون الفكر ومن ثم فلابد من الاتفاق على الأسس العامة للقضايا الفكرية الاساسية للمجتمع أخذا في الاعتبار ان المتحدثين الرسميين يحملون على كواهلهم مسئولية الريادة الاجتماعية والسياسية والثقافية مع غيرهم من العاملين في الحياة العامة ولابد من أن يكون لديهم هذا الاحساس بالمسئولية العامة .

٢- الحرص على ضرورة التدريب العملى المقترن بالتدريب النظرى ذلك أن عمل المتحدث الرسمي وسيلته في معظم الأحيان هى الأجهزة الفنية التى تحتاج الى من يعتني بها ويعرف أسرار تشغيلها وكيفية استخدامها في انتاج فني وثقافي لذلك فإن أي تدريب نظري غير مقترن بالتدريب العملى على الاجهزة لا يعدو ان يكون تدريبا اعلاميا يحقق الاهداف المنشودة.

٣- الحرص على ألا ينعزل التدريب عن العمل التنفيذي في المؤسسات التي يعمل بها المتحدث الرسمي ذلك أن القائمين على أعمال التدريب يميلون عادة الى الانعزال عن مشاكل التنفيذ والتحقيق في مثاليات يأباها الواقع العملى الأمر الذي يوقع المتدرب بعد انتهاء الفترة التدريبية وبداية مواجهته

للعمل على أرضية الواقع (في أزمة تمزق) بين مثالية يريد تطبيقها ومقتضيات عملية تتنافى معهذا الطموح.

٤- حسن اختبار المخططين والمدربين ويجب أن يتم الاختبار على أساس توافر الخبرات الشخصية اللازمة والانفتاح على التجارب الخارجية القادرة على التدريس والتدريب والعطاء وهي قدرة خاصة لا تتوافر في الكل ولذلك يجب أن توضع في الاعتبار كل المعايير السابق الاشارة اليها.

٥- توفير الدرجة المناسبة من التفرغ للمشرفين على أعمال التدريب والمتدربين أنفسهم.

٦- الاستعانة في عملية التدريب ببعض العناصر ذات الخبرة الخاصة في الاجهزة المختلفة لضمان الاستفادة من أحسن الخبرات المتاحة ولتعزيز الثقة بين هذه الاجهزة الثقافية والتعليمية ... الخ وبين أجهزة الاعلام.

٧- ضرورة وضع نظام للتقييم على أن يعد قبل بدء المنهج التدريبي ويطبق حول تنفيذه لمعرفة مدي نجاح المنهج التدريبي في تحقيق أهداف ومدى تطبيق المنهج التدريبي في الواقع العملي.

واقع التدريب للمتحدثين الرسميين في الوطن العربي :

لقد أشارت اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاعلام وتقرير ماكبرايد بوضوح الى أى نظام إعلامي تحكمها الى حد كبير كفاءة من يتولون تشغيله ، ولذلك يمكن اعتبار التدريب على وسائل الاتصال الجماهيرى على كافة المستويات وكافة الاشكال له أهمية قصوى ويمكن اعتباره أمر بالنسبة للتشغيل الفعال لنظم الاتصال ولتطويرها. ولقد انتهت الدراسات التى تناولت واقع التدريب الاعلامي في الدول العربية على الرغم من قلتها الى مجموعة من المؤشرات العامة منها :

١- لاينال التدريب للمتحدث الرسمي من اهتمام الدول العربية ما يناله التدريب في المجالات الاخرى كالصناعة أو الزراعة بل لا يلقى الاهتمام الجدير به من معظم المؤسسات الاعلامية التي يتبعها إذ يكون الاهتمام بالتشغيل اليومي بدرجة أكبر من الاهتمام بالتدريب المهني.

٢- لا يوجد حصر في الدول العربية للامكانيات الاعلامية القائمة سواء الامكانيات البشرية أو الفنية ولا يوجد تصور بعيد المدى لخطط المستقبل الا في مجالات مؤسسات محدودة.

٣- عدم قيام التدريب على أسس تقدير الاحتياجات الفعلية.

٤- ندرة المدربين وعدم وجود خطة طويلة أو متوسطة المدى بمعظم مراكز التدريب الاعلامي لإعداد المتدربين حتى الآن.

٥- يعتمد التدريب بواسطة الهيئات الأجنبية على قاعدة الفرص المتاحة والاتفاقيات الثنائية والمعونة الفنية وعلى العروض التى يمكن أن تصل في أى وقت وفي أى تخصص لأى عدد من المتدربين مما يجعل التدريب رد فعل لمبادرة تأتي من الخارج وليس كناشط تخطط له المؤسسات الاعلامية تخطيطا طويل المدى أو متوسط المدى.

٦- يميل التدريب في أغلبه الى العمومية في حين أن هناك حاجة كبيرة الى التدريب التخصصي كما أن التدريب معنى بمجالات الانتاج والمجالات التقنية في حين انه لا يوجد تدريب كافي في مجالات مثل التخطيط الاعلامي وإدارة المؤسسات الاعلامية والبحوث والتوثيق وكتابة البرامج المتخصصة .... الخ

٧- لا يجرى تقييم علمي لمعظم الدورات التدريبية يقيس مدى فاعليتها ودورها في زيادة معلومات ومهارات المتحدث الاعلامي .

٨- قلة المعينات التدريبية على الرغم من فاعليتها وانخفاض تكلفتها.

٩- قلة معدات التدريب وأماكنه مثل الظروف التي تساعد على اتمام التدريب بشكل جدي أو متكامل.

١٠- عدم وجود تنسيق منتظم فيما بين مركز التدريب العربية.

هيئة تخطيط مركزية للمتحدثين الرسميين

تبرز الى جانب اعداد العناصر البشرية الملائمة ووضع خطة لتدريبها على النوعيات المختلفة لعمل المتحدثين الرسميين أهمية وجود هيئة تخطيط مركزية كأحد المتطلبات اللازمة والضرورية لإنجاز أي خطة إعلامية فالتخطيط الاعلامي

يحتاج الى جهود ضخمة وخبرات متنوعة في الوقت ذاته مما يحتم وجود هيئة تخطيط مركزية تتوافر فيها مقومات معينة وأساسية منها : الخبرة في التخطيط والعمليات التخطيطية ، القدرة على وضع الخطة ورسمها وأن تكون على صلة بالنشاط المجتمعي العام والنشاط الاعلامي بصفة خاصة وعلاقة كل منهم بالآخر وذلك لأن التخطيط الإعلامي هو تنظيم ثم سياسة وخطة تربط التنظيم بتلك الأهداف التي تعبر عن جوهر السياسة وتحدد بالتالي نطاق التحرك سواء في المستقبل البعيد ، وتوجد مجموعة من الاعتبارات التي يجب مراعاتها في تشكيل هيئة للتخطيط للمتحدثين الرسميين منها :

أ- تمثيلها لمختلف الاختصاصات العلمية والخبرات الفنية في حقل الاعلام بصفة خاصة والعلوم ذات العلاقة بالنشاط المجتمعي والفكرى بصفة عامة.

ب- إعطاؤها سلطة وضع خطة للمتحدثين الرسميين واقرار تنفيذها في إطار السياسة العامة للدولة والسياسات الاعلامية.

ت- تخيولها حق اختيار الوسائل والاساليب والكوادر البشرية التي تحتاجها الخطة واقرار استخدامها .

قسم التأهيل الإعلامي للمتحدثين الرسميين

تقوم مؤسسة الابجدية بالتعاون مع مجموعة إعلام بتقديم عدة برامج تأهيلية في المجال الإعلامي وعلى أيدي مدربين وخبراء متخصصين في مختلف فروع المرئي والمروء والمسموع ووفق مناهج تدريبية تضع الطالب في مستويات **التأهيل الإعلامي.**

دورات قسم التأهيل الاعلامي

- قسم إعداد المتحدثين الرسميين.
-

شروع إعداد المعد والمذيع والمقدم الاذاعي والتليفزيوني والمتحدث الرسمي

- مشروع اعداد محرر صحفي
- مشروع اعداد ممتحدث رسمي

المشكلات التي تواجه المتحدث الرسمي

١. مشكلات تتعلق بغموض مصطلح المتحدث الرسمي.
٢. مشكلات تتعلق بتخطيط وتمويل المتحدث الرسمي.
٣. مشكلات تتعلق بالأجهزة المسئولة عن المتحدث الرسمي.
٤. مشكلات خاصة بالمتحدث الرسمي.
٥. مشكلات تتعلق بالقوى البشرية المنفذة لأعمال المتحدث الرسمي.
٦. مشكلات تتعلق بوضع اللوائح وتصميم المباني.

أولاً: بالنسبة لمصطلح المتحدث الرسمي :

بالرغم من مرور سنوات على تأسيس الشُعب والأقسام وتخريج الطلاب إلا أن مازال عند البعض عدم وضوح المفهوم الحقيقي المتحدث الرسمي ووصل الخلط على مستوى الأستاذة وصُناع القرار.

ثانياً: مشكلات تتعلق بالتخطيط للإذاعة:

أ- افتقار المتحدث الرسمي للتخطيط حيث أن التخطيط للمتحدث الرسمي ينبغي أن يكون مرتبطاً بأهداف التربية السائدة والمرجوة ، فضلاً عن عدم وجود نظام متكامل يجمع كافة الأجهزة والجهات المعنية به في مؤسسة واحدة تخطط له وتتابع تنفيذه وتقوم بأدائه.

ب- ضرورة أن يتم الربط بين الخطط للمتحدثين الرسميين والخطط التعليمية.

ج- وضع الخطط الدراسية المقامة لتنفيذ هذه المنهج فالخطة الدراسية تحتاج إلى مراجعة فهي لا تحقق التكامل بين المناهج الدراسية المطلوبة وتقديم الدعم وتحديد أنمطه ووسائل التمويل اللازم.

د- ضرورة توفير الموارد والإمكانيات المادية والبشرية ذات الخبرة التي يمكن أن تساهم في وضع الخطط الخاصة بالمتحدث الرسمي وأن تبنى الخطة الخاصة بالمتحدث الرسمي بناء على دراسة واقعية لما هو مستهدف تحقيقه.

ثالثاً: مشكلات تتعلق بالأجهزة المسئولة عن المتحدث الرسمي :

١- عدم إيمان بعض المسئولين بالوظيفة الإذاعية مما يعرقل توفير الإمكانيات والموارد المادية والبشرية.

٢- عدم انتشار الوعي باستخدام الأجهزة المختلفة كالشرائح والمعنيات والوسائل التعليمية مما يستلزم معه تدريب كوادر مختلفة تساهم في تشغيل تلك الأجهزة.

٣- عدم توافر شبكة قومية للمعلومات الخاصة بالمتحدث الرسمي وفي ظل التطور الهائل في أجهزة الاتصال يمكن تحقيق ذلك.

٤- عدم توفير الإمكانيات المادية والبشرية اللازمة لإنشاء محطات بث اللازمة للمتحدث الرسمي.

رابعاً: مشكلات خاصة بالمتحدث الرسمي :

١- عدم وجود تنسيق بين تجربة المتحدث الرسمي في مصر والتجارب العربية والأجنبية المماثلة والرائدة .

٢- عدم وجود خطة متكاملة فعالة للبرامج التعليمية سواء في الإذاعة أو التليفزيون النوعي خاصة بالمتحدث الرسمي

٣- البرامج التثقيفية تعتبر محدودة على الخريطة الإعلامية بالمقارنة بالبرامج الترفيهية والتجارية التي قد تتضارب وتتعارض أهداف كل منها لتنتصر البرامج الترفيهية في النهاية.

٤- أشارت الدراسات والبحوث إلى وجود تأثير سلبي للإعلام على الطفل مما يستلزم معه ضرورة العمل على إعادة النظر في البرامج والمواد التي تعرض لتساهم في تحقيق الأهداف مع بقية مؤسسات المجتمع وأن يقتصر في عرض برامج الأطفال على ما هو محلى وعربي والبعد عن البرامج والمواد المستوردة وترشيد عرض الأفلام والمسلسلات ذات الطابع العنيف وأن تخضع هذه البرامج لإشراف علمي تربوي اجتماعي.

٥- العمل على الاستفادة من البرامج والمواد التي تعرض في المتحدث الرسمي لتساهم في تحسين مستوى تحصيل الأطفال والشباب.

٦- العمل على الاستفادة من المواد والبرامج في تنمية العادات القرائية ومهارات الإطلاع والبحث ومواجهة المشكلات التعليمية.

٧- ضرورة عرض المواد والبرامج التي تنمى لدى الأطفال حب التعاون والانتماء وتحمل المسئولية والمحافظة على البيئة وغيرها.

خامسا: مشكلات تتعلق بالقوى البشرية المنفذة للمتحدث الرسمي:

(١) التدريس

أ- يوجد عجز كبير في أعضاء هيئة التدريس المعينون والخبراء والمختصين.

ب- غالبية أعضاء هيئة التدريس المنتدبون والمعينون من المتخصصين في الإعلام. وبالتالي فإن المادة التدريسية المقدمة للطالب تكون قريبة جداً للإعلام العام وبالطبع بعيدة عن المتحدث الرسمي وبالتالي لا تحقق الهدف من تدريس المادة وهو المتحدث الرسمي.

ج- حتى الآن لا يتوافر منح دراسية أو مهمات علمية كافية في تخصص المتحدث الرسمي.

(٢) رؤساء الأقسام العلمية:

بعض الرؤساء الحاليين لأقسام الإعلام غير متخصصين في المتحدث الرسمي وبعدين جداً عن التخصيص وهذا ينعكس بدوره على العملية الإشرافية والتدريسية في الأكثر من التسجيل للدراسات العليا والامتحانات والتقويم وذلك لندره توافر أستاذ أو أستاذه مساعدين في تخصص المتحدث الرسمي بسبب تعنت من بعض عمداء الكليات لغرض سطوتهم على هذه الأقسام الوليدة التي تحتاج إلى تشجيع ومساندة منهم.

(٣) عمداء الكليات :

وإنصافاً للحقيقة فإن بعض عمداء الكليات التي بها أقسام الاعلام كان يدعم أقسام وشعب الإعلام والآخر من بعض عمداء الكليات بعيدين عنه وهذا ينعكس بالسلب على المتحدث الرسمي بل يصل بعضهم إلى عدم الاهتمام بالأقسام وشعب

المتحدث الرسمي لعدم إيمانهم بالرسالة السامية التي يقوم بها ويؤديها كما أن بعض عمداء كليات التربية النوعية ليس لديهم خبرة كبيرة في الإدارة الجامعية الأمر الذي ينعكس بالسلب على أداء الرسالة الاعلامية.

سادسا: مشكلات تتعلق بوضع اللوائح وتصميم المباني:

أولا: اللوائـــح

تم إعداد لوائح لتنظيم العمل داخل أقسام وشعب الاعلام ضمن لائحة الكلية التي أعدت منذ فترة زمنية طويلة وهذه اللائحة تحتاج لمراجعة لما بها من سلبيات كثيرة تعوق تحقيق أهداف هذه الشُعب ولا تحقق الإعداد العلمي المطلوب للخريجين ولا تعمل على التكامل بين التربية والإعلام كما أنها لا تشجع الطلاب والمؤلفين على الإبداع والابتكار وتنمية مهارتهم.

ثانيا: المبانـــي

تفتقد شعب وأقسام الاعلام إلى مباني إعلامية مثل مبني للاستوديوهات الاذاعية والتليفزيونية ومبني للمكتبة ومكان للطلاب لتنمية مهاراتهم في التصور والتخيل كما لا توجد مقاعد تليق بأعضاء هيئة التدريس.

التكامل بين المتحدث الرسمي والمؤسسات الأخرى

أولاً: المؤسسات الدينية.

ثانياً: الأسرة .

ثالثاً: كيفية استفادة الأسرة من المتحدث الرسمي.

رابعاً: المؤسسات التعليمية.

خامساً: استراتيجية الاستفادة من المؤسسات لخدمة المتحدث الرسمي .

سادساً: المنظمات الدولية المتخصصة.

سابعاً: دور المتحدث الرسمي في التنمية.

أولاً: المؤسسات الدينية:

ونعني بالمؤسسات الدينية هي دور العبادة المساجد والكنائس والأديرة والمعابد والجمعيات والمؤسسات الخيرية ومنظمات المجتمع المدني الدولي التي تسعى إلى

تحقيق القيم الدينية وهذه المؤسسات هي التي تضع البداية الحقيقية المتحدث الرسمي لأنها تهدف إلى غرس القيم والمعتقدات الدينية السليمة التي تساعد الشباب على أن يهتدي بهدى من الله سبحانه وتعالى ويسلك الطريق السليم ويحصن نفسه بالمفاهيم السماوية الراسخة التي صفتها الصدق والاستمرار والخلود كما أن الإنسان الذي يتمسك بها ويؤديها يحظى برضا الله تعالى في الدنيا والآخرة وهذا الغرس الطيب يعمل على وقاية المتلقي من الغزو الثقافي الهدام فلا يتأثر المتلقي بما تدعيه القنوات الفضائية أو الإذاعات الأجنبية أو الصحافة الصفراء من قيم وتقاليد مرفوضة من قبل السماء فهؤلاء لا تؤثر على المتلقي مهما كانت إغرائتها.

(أ) دور الأسرة فى المتحدث الرسمي :

يعتبر للأسرة دوراً كبيراً من دور المدارس والجامعات باعتبارها البيئة الأساسية التي ينشأ فيها الطفل ويشكل فيها، فالأسرة هي العامل الأول والأساسي في السيطرة على الأبناء وتعليمهم أسس التربية الاعلامية الجيدة حيث أنها عملية مستمرة مدى الحياة.

ومن هنا فعلي الوالدين توفير وسائل التثقيف المختلفة لأولادهم عن وسائل الإعلام والبرامج الهادفة.

ومن مبادئ التربية الاعلامية داخل الأسرة الآتي :

١- تشجيع المناقشات الأسرية عن وسائل الإعلام (**مضامينها وتأثيرها**).
٢- بناء نظام قيمي خاص بالأطفال باعتبارهم أساس العملية التعليمية.
٣- تشجيع المشاهدة النقدية والأنشطة الإذاعية والمواد الأخرى التي تقدمها وسائل الإعلام الأخرى.
٤- التعامل بكفاءة مع تحديات العصر ومتغيراته من العولمة المعلوماتية والإعلام المفتوح الذي قد يسبب التفكك الأسرى.
٥- تشجيع الأبناء على مزاولة النشاط بالمدرسة بصفة عامة والأنشطة الإعلامية.
٦- إعطاء الأطفال والشباب فرصة لتحليل الرسائل الإعلامية لينتقي منها ما يتناسب معه ويرفض ما لا يتناسب معه ابتداء من الأمراض الجسمية

والانحرافات ومشاهد العنف والجريمة أو تلوث بيئة الطفل وإكسابه عادات وتقاليد وأنماط سلوكية تتنافى مع ثقافة مجتمعة.

(ب) كيفية استفادة الأسرة الاعلام لصالح تأهيل من المتحدث الرسمي :

١- تحديد وقت معين يقضيه الأطفال والشباب مع **وسائل الاعلام** ، حيث يقوم الوالدان بتحديد ساعة أو ساعتين فقط يومياً لتعرض الأطفال لوسائل الإعلام طبقاً لأولويات وقيم واهتمامات الأسرة.

٢- اختيار البرامج الجيدة سواء كانت أفلاماً تربوية أو عروضاً إذاعية تربوية أو مسجلات صوتية أو ألعاب كمبيوتر هادفة.

٣- ضرورة أن يكون الوالدين نماذج جيدة لاستخدام الإعلام وأن يعدوا المنزل ليكون بيئة إعلامية جيدة.

٤- تشجيع المشاهدة الجماعية فالمشاهدة الجماعية مع الوالدين أو الأقارب أو الأصدقاء وتهدف المناقشة النقدية ليفهم الأطفال والشباب تغيرات الآخرين للأخلاقيات والأحداث المتضمنة في الرسائل الإعلامية.

رابعاً: دور المدرسة والمؤسسات التعليمية في المتحدث الرسمي :

تشير العديد من الدراسات إلى أهمية المدرسة في التربية الإعلامية الجيدة وتبين الدراسات أهميتها حيث الرضا يمكن أن تمنحهم في تحسين المهارات النقدية لدى الأطفال والشباب فالتعليم المدرسي يعتبر من أهم وأكبر مصادر الوعي لدى الأفراد نظراً لوجود علاقة إيجابية بين التعليم والاعلام حيث أنهما "يتقاربان في الأهداف، فكلاهما يعمل على ترسيخ نمط معين من السلوك الاجتماعي وكلاهما يضيف وعياً ورصيداً من المعلومات تمكن الأشخاص من الحكم على الأشياء واتخاذ موقف معين منها. فالبرامج المناهج الدراسية التي يتلقها الأطفال والشباب ليس الهدف منها نقل أفكاراً أو معلومات لحفظها فقط بهدف اجتياز الاختبارات بل تسعي إلى خلق الإبداع وتمكينه من الاستفادة من الثورة المعلوماتية وتوظيفها بما يحقق لمجتمعنا تعليماً أفضل وأجود، مواكبة عادلة مع المجتمعات الأخرى وذلك عن طريق تمكينهم من الإطلاع على المعلومات وإعطائهم المهارات اللازمة لحسن استثمارها الاستثمار الأمثل.

وإذ كان البعض ينظرون إلى الاعلام على أنه قوة مفسدة تنتج تـأثيرات سلبية علـى طلابهم لذا فإن توجيهم لا يزال قاصراً على تعليم ثقافة وسائل الإعلام المطبوعة في المدارس مع وسائل الإعلام المرئية والمسموعة واستخدامها في مجال التعليم.

خامساً : الاستفادة من المؤسسات التي تخدم المتحدث الرسمي

١- استخدام المتحدث الرسمي لممارسة مهارات الملاحظة العامـة والتفكير النقدي والتحليلي للرسائل التي تعرضها المؤسسات.

٢- استخدام الاعلام لبناء وممارسة بعض المهارات المنهجية.

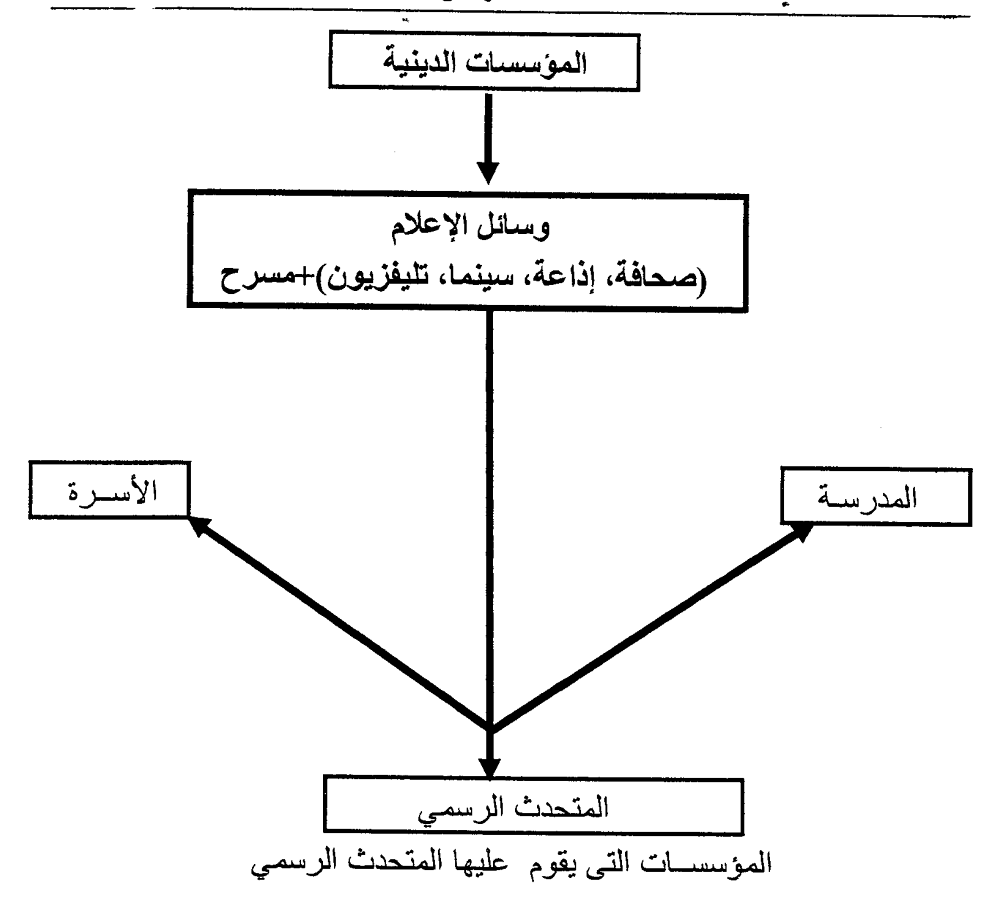
٣- استثمار وسائل الإعلام كأداة منهجية الموضوعات.

٤- تحليل تأثير الاعلام على قضية معينة أو موضوع معين.

٥- الإسهام في تنشئة الأفراد عن طريق التسلية الهادفة والبعد عن الإسفاف.

٦- عمل منظومة إعلامية تستهدف بالتكامل والاتساق وعدم تناقض موادها.

٧- بناء الفكر الاتصالي لدى الشباب بالشكل الذي يجعله مدركاً بجوانب العملية الإتصالية وأبعادها وتنمية المهارات الاتصالية ومنها **(مهارات القراءة والاستمتاع والكتابة ثم الحوار).**



المؤسســات التى يقوم عليها المتحدث الرسمي

سادساً : المنظمات الدولية :

ونعنــي بها المؤسسات التي تقدم خدمات لصالح المتحدث الرسمي بصفة عالمية مثــل المنظمــات التابعة لجامعة الدول العربية ومنظمــات المجتمع المدني التــي لها أفـرع دولية علـى مستوى العـالم بـأثره وهـى منظمـات دوليـة مشهود لهـا بـالكفـاءة وواسعـة الانتشار ولها أهداف إنشائية سامية لتحسين فكر المتحدث الرسمي.

سابعاً : دور المتحدث الرسمي في التنمية :

يمكن أن يسهم المتحدث الرسمي من خلال منهج محدد المتحدث الرسمي باعتبار أنه عنصر هام ومكمل للمناهج الدراسية ويسهم بجزء كبير في تحقيق الأهداف والتعليميـة والإعلاميـة وذلـك لمـا لـه مـن مكانـه فـي تنميـة الخبـرات التعليميـة لدى المشاهدين.

يتيح هذا المنهج المقترح في المتحدث الرسمي من تعليم الصغار ماهية المتحدث الرسمي ووظائفه وأهمية واعتباره أداة هامة في بناء المجتمعات وتطورها وليس لمجرد التسلية والترفيه.

ويسهم المتحدث الرسمي في :

* التعليم الصحيح والجيد لقراءة الجريدة قراء صحيحة.
* قراءة القصص والاستفادة منها.
* مشاهدة الأفلام الهادفة.
* تكوين المناعة والتحصين ضد الدعاية الهدامة التي تبثها القنوات الفضائية.
*غرس الإحساس بحب الوطن وتفعيل منجزاته وهذه المشاعر تتولد مما يكسبه أو يغيره من تلقاء نفسه.
*التعرف على أصحاب الملكات الإبداعية ومن ثم صقلها وتنميتها.

ثالثاً: المناظرات:

أولاً: تعريف المناظرة
ثانياً: أهمية المناظرة

أولاً: تعريف المناظرة (الدكتور السيد أحمد الصررى)

هي فن قديم وجد منذ وجود الإنسان ومن الأمور الطبيعية عند الإنسان المفكر اختلافه عن الآخرين وقد يكون هذا الخلاف مصدراً للخير أو للشر، والمناقشة والتباحث أمران يعني بهما الإنسان أي الإنسان يدلي برأيه ويثبته بالحجج والبراهين والأدلة.

وكما يذكر **أرجار جونسون** أنها نشاط جماعي يتكون من مبادرة أو حجاجه شفوية مباشرة عن اقتراح معين أو مسألة من المسائل المطروحة للبحث بين متحدث أو أكثر من كل جانب.

ثانياً: أهمية المناظرة

١- تعد المناظرة وسيلة من وسائل تثقيف الجماهير.

٢- تتيح المناظرة الفرصة لكل طرف لتوضيح رأيه أو وجهه نظره وأفكاره واتجاهاته الأساسية نحو العديد من القضايا والأحداث المطروحة على الساحة المدرسية أو المجتمعة.
٣- تكسب المستمع مبادئ التعليم الذاتي.
٤- تساعد المناظرة إلى التعود على أسلوب المناقشة والالتزام بآداب الحوار
٥- تكسب المتدرب القدرة على الحوار المبني على التحليل والاستنباط.
٦- يؤدي المناظرة إلى تحميل المسئولية وقوة الشخصية والقدرة على التعامل مع الآخرين وبحث المشكلات القومية والمحلية وتبادل وجهات النظر
٧- تقدير المناظرات على غرس مبادئ الديمقراطية والممارسة الصحيحة لها.
٨- إتاحة الفرص للمتدربين للتعبير عن آرائهم واحترام أداء الآخرين فى إطار تربوي موجه
٩- تعود المتدرب على بحث الموضوع قبل مناقشته.

ثانياً: دور المتحدث الرسمي:

يتضح الدور للمتحدث الرسمي وذلك من خلال البرامج الصوتية المسجلة والمواد التي يتم بثها بمعرفة المحطات الإذاعية والقنوات التليفزيونية والصحف على الدوائر المفتوحة والتي يتم نقلها بواسطة المحطات والأجهزة على الدوائر لكل المشاهدين.

بالنسبة للبرامج المختلفة فإن أسلوب تخطيطها وتنظيمها يمكن إيضاحه فيما يلي:

١- اختيار المحتوى العلمي للبرنامج بواسطة لجنة إعداد العلمية المتخصصة والمكونة من مستشار المادة ومقدم البرنامج ومخرجه.
٢- كتابة المادة العلمية.
٣- كتابة النص الإذاعي أو التليفزيوني.
٤- إعداد البرنامج وإخراجه.
٥- اجتماع لحنة الإعداد العلمية لاعتماد البرنامج أو تعديله.

٦- اختيار مقدم للبرنامج.
٧- تسجيل البرنامج.
٨- مشاهدة البرنامج بعد التسجيل.
٩- تصنيف البرامج وترقمها وتحديد مواعيد إذاعتها.
١٠-أن يعوض النقص في الأبنية الاعلامية.
١١-يعوض النقض في أعداد المتحدثين الرسميين.
١٢-حل مشكلة الاحتياجات المستمرة لمتطلبات المهنة.

(ب) التعليم غير النظامي :

للمتحدث الرسمي دور هام في هذا المجال حيث يعمل على زيادة المعلومات للجمهور وتشابه وسائل اعلامية اخرى مثل السينما في هذا الدور الهام ولكن تكفلها كثيرة وانشرها أقل بكثير من المتحدث الرسمي.

ومن فوائد المتحدث الرسمي التعليمية :

١- يفيد في الدول التي تعاني من تعدد مصادر المعلومات وتناقصها حيث يعتبر عامل مساعد في تحديد ودقة وصدق المعلومة ومن خلاله يسهم المتلقي في إيضاح ما يريده بفاعليه أكبر.
٢- يوضح للمتلقي المسائل المعقدة التي يصعب شرحها.
٣- التجديد المستمر للمعارف والمعلومات المواكبة للتطورات العلمية.

ويمكن للمتلقي الاستفادة من المتحدث الرسمي عن طريق :

١- معاملة المتلقي للمادة الاعلامية الصادرة من المتحدث الرسمي بثقة
٢- أن تحتوى المادة الاعلامية على الحفاظ وتعابير مقتبسة من ظروف العمل وأجهزة.
٣- أن يقدم المتحدث الرسمي صورا توضيحية للمتلقين.
٤- اختيار الوقت المناسب لمتلقي المادة الاعلامية.
٥- أن تكون مدة التعرض ليست طويلة مملة أو قصيرة مُخلة ولا تحقق الهدف الاعلامي.

الإشـــارة للمتحدث الرسمي :

مقدمـــــة :

لم يغفل المتحدث الرسمي حق أصحاب المجالات الخاصة بالمعوقين وخاصة الذين فقدوا حاسة السمع لذلك يري المتحدث الرسمي استثمار لغة الإشارة في التعليم والتقنين والتدريب.

تعتبر لغة الإشارة واحدة من أعظم اللغات العالمية المتكاملة والشيقة التي جعلت العاجزين على التحدث باستعمالها والاستفادة منها وتعويضهم جوانب النقص التي يعانون منها فقد استفادة المتحدث الرسمي من لغة الإشارة في استعمالها لإتاحة الفرصة للتعليم فقد عوضت الطفل أو الشباب الذي حرم من حاسة السمع منذ ولادته أو الذي فقد القدرة السمعية قبل تعليم الكلام أو هو الذي فقدها بمجرد أن تعلم الكلام فلغة الإشارة لابد عند عرضها أن تكون مزودة بالصور التي تدل على كل مفردة من المفردات الأساسية فهي لغة نظرية بصرية وذلك لكي تتحقق التعلم والتواصل مع الآخرين وللدلالة على أهمية لغة الإشارة فقد تم ذكرها في القرآن الكريم والسنة النبوية.

أولاً: استخدام الإشارة وذكرها في القرآن الكريم :

(وهُزِّي إِلَيْكِ بِجِذْعِ النَّخْلَةِ تُسَاقِطْ عَلَيْكِ رُطَباً جَنِياً) (مريم – ٢٥)

صدق الله العظيم

بسم الله الرحمن الرحيم

(واضْمُمْ يَدَكَ إِلَى جَنَاحِكَ تَخْرُجْ بَيْضَاءَ مِنْ غَيْرِ سُوءٍ) (طه – ٢٢)

صدق الله العظيم

بسم الله الرحمن الرحيم

(وأَدْخِلْ يَدَكَ فِي جَيْبِكَ تَخْرُجْ بَيْضَاءَ مِنْ غَيْرِ سُوءٍ فِي تِسْعِ آيَاتٍ إِلَى فِرْعَوْنَ وقَوْمِهِ إِنَّهُمْ كَانُوا قَوْماً فَاسِقِينَ) (النمل – ١٢)

بسم الله الرحمن الرحيم

(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اذْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ هَمَّ قَوْمٌ أَن يَبْسُطُوا إِلَيْكُمْ أَيْدِيَهُمْ فَكَفَّ أَيْدِيَهُمْ عَنكُمْ واتَّقُوا اللَّهَ وعَلَى اللَّهِ فَلْيَتَوَكَّلِ الْمُؤْمِنُونَ) (المائدة – ١١)

صدق الله العظيم

بسم الله الرحمن الرحيم

(اسْلُكْ يَدَكَ فِي جَيْبِكَ تَخْرُجْ بَيْضَاءَ مِنْ غَيْرِ سُوءٍ واضْمُمْ إِلَيْكَ جَنَاحَكَ مِنَ الرَّهْبِ فَذَانِكَ بُرْهَانَانِ مِن رَّبِّكَ إِلَى فِرْعَوْنَ ومَلَئِهِ إِنَّهُمْ كَانُوا قَوْماً فَاسِقِينَ) (القصص – ٣٢)

صدق الله العظيم

بسم الله الرحمن الرحيم

(مُسْتَقِيماً فَاتَّبِعُوهُ ولا تَتَّبِعُوا السُّبُلَ فَتَفَرَّقَ بِكُمْ عَن سَبِيلِهِ ذَلِكُمْ وصَّاكُم بِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ)

(الانعام – ١٥٣)

صدق الله العظيم

ثانياً: استخدام الإشارة في الأحاديث النبوية :

لقد تعددت الأحاديث والمواقف التي استخدم فيها الرسول (ﷺ) الإشارة ومن بين تلك الأحاديث والمواقف :

١- أشار الرسول ﷺ إلي قلبه وقال: التقوى ها هنا ، التقوى هاهنا، التقوى هاهنا

٢- قال الرسول ﷺ (أنا وكافل اليتم كهاتين في الجنة وأشار بإصبعية السبابة والوسطى .

٣- أشار الرسول ﷺ إلي أماكن دفن اليهود الموتى في غزو بدر وقال لأصحابه أنني أجد مصرعهم هذا .

٤- عن أنس رضي الله عنه أن رسول الله أخذ سيفاً يوم أحد فقال (ما يأخذ هذا مني) " فبسطو أيديهم كل إنسان منهم يقول " أنا.. أنا "

فقال "فمن يأخذ بحق "فأحجم القوم فأشاد أبو رجاته رضي الله عنه إلي نفسه وقال: " أنا أخذه بحقه " فأخذه فعلق به هام المشركين .

علاقة المتحدث الرسمي بالعلوم الأخرى :

يوجد تكامل بين علم المتحدث الرسمي وغيره من العلوم الأخرى حيث أنه علم مستقل بذاته يوجد ترابط بينها والعلوم الأخرى ومنها.

١- علاقة بالاعلام العام.
٢- علاقة بالتربية والتعليم.
٣- علاقة بعلم النفس .
٤- علاقة بعلم الاجتماع.
٥- علاقة بالخدمة الاجتماعية.
٦- علاقة بالأديان السماوية.

أولاً: علاقة المتحدث الرسمي بالاعلام العام :

يعرف المتحدث الرسمي بأنه (النقل الحر والموضوعي للأخبار والمعلومات بإحدى وسائل الاعلام. أو أنه نقل الأخبار والوقائع بصورة صحيحة

وتعد المتحدث الرسمي بصفة عامة منهج وعملية تقوم على هدف التنوير والتثقيف والتعليم والإحاطة بالمعلومات الصادقة التي تخاطب عقول الأفراد لترفع من مستواهم وتدفعهم إلي العمل من أجل المصلحة العامة

ويرى إبراهيم إمام أن الإعلام هو نشر الأخبار والمعلومات والأداء على الجماهير فالاعلام العام يسهم في خدمة المتحدث الرسمي بما يقدمه من معلومات وأخبار عن الحقائق والوقائع وبذلك تساهم هذه المعلومات الصادقة في تثقيف وتنوير عقول الشباب.

كما استفاد المتحدث الرسمي من نظريات ومفاهيم وخصائص ونتائج وتوصيات بحوث الإعلام.

ثانياً: علاقة المتحدث الرسمي والتربية والتعليم :

تبرز أهمية المتحدث الرسمي في مجال تعليم الكبار من الحاجة المستمرة لتحديد المعارف المهنية لمواكبة التطورات العلمية التي تزداد كل يوم في كل التخصصات وحاجة الكبار لمتابعة هذه التطورات.

كما أن تعليم الكبار له دور هام في مساعدة الأطفال الذين تركوا الدراسة إذا رغبوا في العودة في مرحلة تالية.

ثالثاً : علاقة المتحدث الرسمي بعلم النفس :

هناك علاقة وثيقة بين كلاً من المتحدث الرسمي وعلم النفس حيث يسهم علم النفس وخاصة علم نفس النمو في معرفة مطالب النمو ومعايرة التي يرجع إليها في تقييم نمو المتلقي.

حيث يهتم علم النفس بالدافعية وموضوعات مثل الذكاء والقدرات وهذا يفيد كثيراً المتحدث الرسمي باعتباره يركز على الجوانب المرتبطة بالذكاء والقدرات لدى المتلقي.

فكلاً من المتحدث الرسمي وعلم النفس يهدف إلي هدف أساسي هو التعليم.

رابعاً : علاقة المتحدث الرسمي بعلم الاجتماع :

يعتبر علم الاجتماع أحد العلوم الأساسية فيما يتعلق بالقيم والتقاليد والمعايير الاجتماعية والتنشئة الاجتماعية فعلم الاجتماع يجتمع فروعه المختلفة في (ثقافي - ديني - جنائي....) ليمكن أن تستفيد منها المتحدث الرسمي وذلك من خلال التعرف على السلوك الاجتماعي للمتلقين والتعرف على الجماعة وديناميتها وبنائها.

(٣) التعرف على العلاقات الاجتماعية بين أفرادها.
(٤) طبيعة التفاعل الاجتماعي ودمج الطلاب في خبرة الحياة الواقعية.
(٥) تنمية المهارات الفنية المختلفة لدى أعضاء الجماعة سواء كانت جماعة (إذاعة - صحافة - مكتبة).

خامساً : علاقة المتحدث الرسمي بالخدمة الاجتماعية :

يمكن أن تسهم الخدمة الاجتماعية في خدمة التليفزيون النوعي وذلك من خلال:

١- التعرف على مداخل التدخل المهني مع الأفراد أو الجماعات أو المجتمعات التي يتعاملون معها.
٢- إجراء البحوث التقويمية.

٣- تصميم برامج الدعاية الاجتماعية.
٤- دراسة المشكلات التي يعاني منها المجتمع.
٥- توفير الخدمات التي تساعد أفراد المجتمع ليصبحوا أكثر قدرة على التحكم في شئونهم الذاتية والاجتماعية فكل من العلمين يهدفا إلي خدمة الإنسان والسعي إلي مواجهة مشكلاته وذلك من تكامل المتحدث الرسمي مع الخدمة الاجتماعية في تقديم النماذج الملائمة للمستوى الاجتماعي والاقتصادي لأفراد المجتمع والتعرف على أسباب هذه المشكلات ووضع الخطط الملائمة التي تؤدي في النهاية إلي حل هذه المشكلات والمواجهة الفعالية لها فالمتحدث الرسمي بكل ما لديه من أدوات ووسائل سمعية - بصرية - السمعية البصرية يمكن أن يكون أداة فعالة لمواجهة المشكلات التي يعاني منها المجتمع.

رؤية مستقبلية لعمل المتحدث الرسمي

الفرصة متاحة أمام خريجي شُعب الاعلام في العديد من المجالات نذكر منها التالي :

١- العمل متحدثا رسميا معد أو مخرج بالاذاعة النوعية بالبرامج بأجهزة الاعلام مثل البرامج الدينية و الصحية والرياضية والتعليمية وبرامج محو الأمية وبرامج الأطفال وبرامج التأهيل المهني والبرامج الثقافية وبرامج المراهقين والطلائع وبرامج المرأة وبرامج المُسنين وبرامج ذو الحاجات الخاصة كمذيعين ومعديين .
٢- العمل مخرج أو معد أو مذيع بالقنوات المتخصصة (التعليم العالي، البحث العلمي، الطفل، المرأة) العمل في الأبواب (التعليمية، الثقافية، الطفل، المرأة والمُسن). بالصحف العامة .
٣- العمل في إعداد الأفلام التعليمية والتثقيفية والتدريس المعروض في دور السينما ومن خلال الفيديو) وأجهزة العرض الأخرى .
٤- العمل في وكالات الأنباء العالمية والمحلية كمراسلين.

٥- إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات المختلفة.
٦- برامج التعليم المفتوح والانتساب الموجه بالجامعات المختلفة.
٧- باحثين داخل كليات الإعلام النوعي.
٨- مؤسسات التعليم عن بُعد والتعليم اللاجدرانى وجامعة الهواء.
٩- إعداد البرامج التعليمية والتثقيفية من خلال الأشرطة المضغوطة.
١٠- مجال التسويق والدعاية .
١١- مراكز المعلومات بالمؤسسات الحكومية والخاصة.
١٢- دور النشر الحكومي والخاص.
١٣- بالمكاتب الخبرية بالوزارات والمحافظات (وزارة الشباب والتعليم والتربية والتعليم) .

رؤية مستقبلية لأهم الاتجاهات الحديثة التي يجب أن يتبناها المتحدث الرسمي في النقاط الآتية :

١- إعداد خطة قومية للمتحدث الرسمي وإيجاد منظومة متكاملة بين كافة الأجهزة والهيئات المعنية بالاعلام للتنسيق والتكامل بينهم.
٢- ربط المتحدث الرسمي بالحياة المجتمعية من خلال برامج تحقق ذلك.
٣- الاستثمار الأمثل للمحطات الإذاعية والتي تبث من خلال الأقمار الصناعية وخاصة في مجالات الثقافة والتربية والتعليم والتدريب وأيضا استثمار الربط الدولي بين شبكات المعلومات العالمية.
٤- تدعيم التعاون العلمي في مجالات المتحدث الرسمي مع الدول والمنظمات والهيئات العالمية الرائدة في هذا المجال .
٥- تعميم وسائل البث الاعلامي عبر الأقمار الصناعية وشبكات الإنترنت والمعلومات داخل المدارس والمعاهد والكليات ومراكز البحوث العلمية وكل المؤسسات التي تخدم المتحدث الرسمي بتكلفة منخفضة مع تمتع كل احتياجات المتحدث الرسمي من استوديوهات وأجهزة عرض واستقبال وطباعة بالإعفاء الضريبي .

الفصل الخامس

أخلاقيات المتحدث الرسمي

ويشمل :

١- ميثاق الشرف للمتحدثين الرسميين.

٢- قانون الإعلام ويشمل:

أ) التدرج التاريخى لقوانين الإعلام.

ب)قانون الإعلام.

ج)دستور الانتاج الإعلامي ودليل عمل البرامج والاعمال الدرامية.

ميثاق الشرف للمتحدثين الرسميين

تضمن ميثاق الشرف الذى أصدره إتحاد الإذاعة والتليفزيون فى مصر بابين، تناول أحدهما الواجبات الملقاة على عاتق الإذاعيين فى الإذاعة المسموعة والمرئية وتناول الآخر المحظورات التى لا يجوز للإذاعة الاقتراب منها فيما يكتب ويقدم من مواد إخبارية.

الباب الأول فى الواجبات

١- يجب أن تؤكد البرامج القيم الدينية والأخلاقية التى يقوم عليها المجتمع المصرى، كما تشجع التقاليد الصالحة التى ورثها الشعب على مدى تاريخها الطويل.

٢- يجب أن تحرص البرامج على إعتبار مكارم الأخلاق والعمل المخلص والالتزام بمبادئ الدستور الأخلاقية والاجتماعية، معياراً للتفاضل بين الناس.

٣- يجب أن تكون البرامج معبرة بأمانة عن مبادئ السياسة العامة للدولة وأهدافها فى كافة مجالاتها.

٤- يجب أن تبث البرامج الأمل والثقة فى المستقبل.

٥- يجب أن تحرص البرامج على تقديم الفن الرفيع والفكر الجاد، وعلى الترفيه البعيد عن الإسفاف والإبتذال والسوقية.

٦- يجب أن تؤكد البرامج قيمة الفرد وقيمة الشعب فى المجتمع باعتبارها الركيزة الأساسية لصنع الحضارة.

٧- يجب أن تؤكد البرامج حرية الفكر والكلمة والصورة والإبداع الفنى.

٨- يجب أن تبرز البرامج ما للمجتمع المصرى من دعائم العلم والإيمان والحرية.

٩- يجب أن تعتنى البرامج بالتراث القومى والعلمى والثقافى فى عصوره المختلفة وخاصة دور الحضارة الإسلامية فى إثراء الإنسانية وإبراز قدرتها على تجديد العطاء فى المستقبل.

١٠- يجب أن تعمل البرامج على توسيع قاعدة الثقافة العامة تقريبا للفوارق بين الجماهير، كما يجب أن يخصص جزء منها للثقافة الرفيعة استهدافاً للارتفاع

بالمستوى الثقافى العام.

١١- يجب أن تعمل البرامج على الارتفاع بالذوق الفنى، وتطوير التذوق الجمالى لدى الجماهير، وعلى تنمية الملكات والمواهب.

١٢- يجب أن تعنى برامج الأطفال بتأكيد إحترام الاباء والعرف والأخلاق والسلوك الجيد، مع عنايتها بتنمية متوازنة لشخصية الطفل علميا وثقافيا وتربويا وأخلاقياً.

١٣- يجب أن تعنى البرامج بتنمية الشخصية لدى الشباب وبث شعور المسئولية فيهم وحل مشاكلهم وتأهيلهم لحمل الأمانة فى المستقبل.

١٤- يجب أن تؤكد البرامج حرية المواطنين وحرماتهم وحقهم فى الأمن على النفس والعرض والرزق والكرامة.

الباب الثانى : فى المحظورات

١- لا يجوز إذاعة ما يتضمن المساس بالأديان والعقائد.

٢- لا يجوز إذاعة ما يثير الجدل الدينى بين الطرائف.

٣- لا يجوز إذاعة ما يمس بالسياسة العليا للدولة أو بالأهداف التى تقوم عليها هذه السياسة.

٤- لا يجوز إذاعة هجوم على الأنظمة العامة للدولة.

٥- لا يجوز إذاعة ما يتضمن التحريض على انتهاك القوانين.

٦- لا يجوز إذاعة ما يمس صور البطولة القومية.

٧- لا يجوز اذاعة ما يمس القومية ا لعربية أو قيمها الكفاحية أو تراثها القومى.

٨- لا يجوز إذاعة هجوم على القوميات الآخرى.

٩- لا يجوز إذاعة ما من شأنه المساس بهيئات القضاء والدفاع والأمن ورجال الدين.

١٠- لا يجوز إذاعة هجوم على رجال السلطة العامة سبب أدائهم لوظائفهم.

١١- لا يجوز إذاعة ما من شأنه تحقير أى مهنة مشروعة.

١٢- لا يجوز إذاعة ما من شأنه تهديد كيان الأسرة أو يقلل من قدسيتها أو يهز القيم التى يقوم عليها بناؤها.

١٣- لا يجوز تحبيذ الطلاق كوسيلة لحل المشاكل الأسرية.

١٤- لا يجوز إذاعة ألفاظ أو تعبيرات أو صور سوقية أو مبتذلة.

١٥- لا يجوز إذاعة ما من شأنه أن يمس الآداب العامة أو الوقار أو يخدش الحياء سواء بالقول أو الأداء أو الصورة.

١٦- لا يجوز إذاعة ما يؤدى الى تحبيذ الإنحلال الخلقى سواء بالقول أو الأداء أو الصورة.

١٧- لا يجوز إذاعة ما من شأنه إشاعة اليأس وروح الهزيمة فى الأفراد أو المجتمع.

١٨- لا يجوز المساس بالقيم النابعة من تقاليدنا الطيبة.

١٩- لا يجوز إذاعة ما من شأنه إشاعة البلبلة الاجتماعية أو المبادئ المناهضة لأسس المجتمع العربى وتقاليده.

٢٠- لا يجوز إذاعة ما من شأنه تحبيذ التفرقة بين الناس بسبب اللون أو الجنس أو العقيدة أو الطبقة.

٢١- لا يجوز إذاعة ما يؤدى الى تحبيذ الجريمة أو عرض وسائلها الشاذة بطريقة يمكن أن تؤدى الى التقاليد.

٢٢- لا يجوز إذاعة ما يجيز تعاطى المخدرات أو الاتجار فيها، أو المحرمات الأخرى كالخمر والميسر.

٢٣- لا يجوز اذاعة ما من شأنه تحبيذ الأخذ بالثأر.

٢٤- لا يجوز إبراز صور القصوة على الإنسان أو الحيوان.

٢٥- لا يجوز اذاعة صور الرعب المفزعة.

٢٦- لا يجوز فيما يذاع إيذاء شعور ذوى العاهات البدنية أو العقلية.

٢٧- لا يجوز إذاعة المعلومات الخاصة.

٢٨- لا يجوز إذاعة أراء أو تعليقات أو توجيهات ذات صبغة علمية أو فنية أو مهنية أو دينية ما لم تكن من مختص أو بعد مراجعته.

٢٩- لا يجوز إبراز ما يخالف الحقائق العلمية من خرافات.

٣٠- لا يجوز للعامل فى الاتحاد أن يتخذ أجهزة أو يسمح بإتخاذ هذه الأجهزة وسيلة للدعاية للنفس كما لا يجوز له فى غير الإعلانات أن يذاع أو يسمح بإذاعة ما يتضمن دعاية لأفراد الفنانين أو من الجمهور أو الشركات أو سلع

بعينها مما يدخل فى باب هذه الإعلانات.

٣١- لا يجوز للعامل فى الاتحاد أن يذيع أو يسمح بإذاعة ما من شأنه الاساءة الى برامج غيره.

٣٢- لا يجوز للعامل فى الاتحاد أن يذيع أو يسمح بإذاعة ما من شأنه إظهار رفع الكلفة بينه وبين المتحدثين أو الفنانين كما لا يجوز إضفاء ألقاب على المتحدثين أو الفنانين ليست لهم.

قوانين الإعلام والمتحدث الرسمي

لقد تعددت القوانين التى صدرت بشأن أتحاد الإذاعة والتليفزيون ومن الممكن إلقاء نظرة على بعض هذه القوانين كالتالى:

توالى إصدار القرارات والقوانين التى تسرى على الإعلام المصرى، بداية من قرار رئيس مجلس إدارة هيئة إذاعة الجمهورية العربية المتحدة، رقم (٢) لسنة ١٩٥٩، والصادر فى ٢٩ يونيو ١٩٥٩، بإنشاء إدارة عامة للإذاعة المرئية تختص بشئون هذه الإذاعة فى إقليمى الجمهورية (الإقليم الشمالى والإقليم الجنوبى أثناء الوحدة المصرية السورية).

ثم صدر القرار الجمهورى رقم (١٨١٤) لسنة ١٩٦١، وفى ٢٩ نوفمبر ١٩٦١ باعتبار التليفزيون – كأحد إدارات إذاعة الجمهورية العربية المتحدة، من المؤسسات العامة ذات الطابع الإقتصادى، وتلاه مجموعة آخرى من القرارات التى تجيز لمؤسسة الإعلام إنشاء صناعات الراديو والتليفزيون، وغيرها من الصناعات المماثلة، وذلك بنفسها أو بواسطة شركة تنشئها، أو تمتلكها، أو تساهم فيها، مع مباشرة التوزيع التجارى لهذه الصناعات المتقدمة، مع حقها فى إذاعة الإعلانات التجارية بالراديو والتليفزيون.

ثم صدر قرار جمهورى برقم (٢٩٥٨) لسنة ١٩٦٢، صدر فى ٤ أكتوبر ١٩٦٢، والذى بمقتضاه أصبح التليفزيون تابعاً لوزارة الثقافة والإرشاد القومى، وظل كذلك فى القرارات الجمهورية التالية لذلك التاريخ، حتى كان الكيان القانونى للتليفزيون بالقرار رقم (٧٩) لسنة ١٩٦٦، والذى نص على أن التليفزيون هيئة عامة، مركزها القاهرة، ويسمى تليفزيون الجمهورية العربية المتحدة، ولها الشخصية الإعتبارية، وتتبع وزير الإرشاد القومى.

كذلك نص هذا القرار على أن إختصاصات هيئة التليفزيون هى:

- تنوير الرأى العام بالأنباء الداخلية والخارجية، وإيقافه على مختلف التيارات العالمية.
- إطلاع المواطنين على الأنباء والأحداث والمشاهد المهمة، مما يجعلهم يعيشون فى واقع حياة المجتمع وأخبار العالم.
- تطوير الفنون، لتوضيح الموضوعات التى تهم الموطنين، وموالاة استطلاع رغبات المشاهدين، وتطلعات المجتمع لتطوير البرامج وتطويعها لخدمة الشعب.
- تقديم برامج تناسب جميع المستويات من المواطنين، وتخدم مختلف الأغراض.
- العناية ببرامج النشئ، ومعاونة الأجهزة المسئولة عن خلق جيل ينشأ على حب الوطن، ويتسلح بالمعرفة، ويحتفل بالقيم.
- السعى إلى تبادل المنح والبعثات والتليفزيون النوعيات والبرامج والأفلام التليفزيونية فى سائر البلاد.
- تركيز الجهود لمواجهة مشكلة تزايد السكان، عن طريق التوعية والإرشاد بالتعاون مع باقى الجهات.
- إصدار المجلات والنشرات والكتيبات بما يتفق وأهداف التليفزيون النوعي.
- تشجيع الهوايات وتنمية المواهب، وتقديم جيل من الفنانين والفنيين المدربين على خدمات الإذاعة والتليفزيون النوعي المتطور.

القرار الجمهورى رقم ٦٢ لسنة ١٩٧٠ بإنشاء إتحاد الإذاعة والتليفزيون الصادر فى ١٣ أغسطس سنة ١٩٧٠

كان قطاع الإذاعة والتليفزيون مثلاً واضحاً للإضطراب فى تحديد بعض المفاهيم التى سادت بعد نشأة القطاع العام، فالإذاعة كانت أساساً نشاطاً حكومياً صرفاً، ثم اكتسب هذا النشاط نوعاً من الإستقلال الذاتى من الناحية الإدارية فى صورة هيئة عامة، ومثلها التليفزيون ، بينما أعتبرت الهندسة الإذاعية مؤسسة عامة.

والذى يقدم صيغة مستحدثة لمؤسسات الدولة المستقلة، التى ليست مصلحة.

- وتنص المادة الأولى من هذا القانون على أن لاتحاد الاذاعة والتليفزيون الشخصية الاعتبارية، ويكون مركزه مدينة القاهرة، ويؤول الى الإتحاد أموال وممتلكات وحقوق المؤسسات المصرية العامة للهندسة الإذاعية والشركات التابعة لها، وإذاعة الجمهورية العربية المتحدة، وتليفزيون الجمهورية العربية المتحدة، ويحل الاتحاد محل هذه الجهات، فيما عليها من التزامات، كما يكون للاتحاد مجلس للأمناء، ومجلس للمديرين، وعدد من القطاعات الرئيسية يقرره مجلس الأمناء، ومجلس للمديرين، ويتولى مجلس الأمناء الاختصاصات التى كانت مقررة للوزير فى الإشراف والرقابة، وفى وضع السياسة العامة.

ولم يتحقق الهدف من اعتبار الإذاعة والتليفزيون هيئة عامة تتمتع بنوع من الاستقلال الذاتى، فالهيئة تخضع خضوعاً مباشراً لوزير الإرشاد القومى، فهى مجرد جهاز منفذ للسياسة التى يقررها الوزير وباستثناء رئيس الهيئة الذى يعين بقرار جمهورى، فإن الوزير هو الذى يعين أعضاء مجلس الإدارة، وتخضع قرارات مجلس الإدارة لتصديقه.

مزايا هذا القانون:

ويحقق هذا القانون عدة مميزات للإذاعة والتليفزيون منها ما يلى :

١- يحقق القانون أكبر قدر من الإستقلال فى قيام الاتحاد بمسئولياته، فلقد كانت النظم السابقة للإذاعة والتليفزيون ، تعطى لوزير الإرشاد القومى سلطة وصاية كاملة على هذه الأجهزة فلا تنفذ قرارات مجلس الإدارة إلا بعد إعتمادها من الوزير، وإذا حضر.

٢- حقق هذا القانون مبدأ الإلتزام، حيث نص فى مادته الثامنة على ربط التزام مجلس الإدارة بالسياسة العامة للإعلام التى ترسمها القيادة السياسية العليا، والتى يوصلها إليه وزير الإرشاد القومى.

٣- أنه يعطى للإتحاد قدر وافر من المرونة، التى تتيح له تحقيق قدر وافر من أهدافه تحقيقاً للمصلحة القومية.

٤- ساعد ذلك القانون على تحقيق نظام اللامركزية فى التنفيذ مع التأكيد على أهمية مركزية التخطيط.

القرار الجمهورى رقم ١ لسنة ١٩٧١ ثم بشأن إنشاء إتحاد الأذاعة والتليفزيون
الرئيس جمال عبد الناصر، القرار رقم (١٤٣٠) لسنة ١٩٧٠، كأول رئيس لمجلس أمناء إتحاد الإذاعة والتليفزيون.

وبسبب عدم عرض هذا القاون (٦٢ لسنة ١٩٧٠) على مجلس الأمة، خلال الخمسة عشر يوماً من تاريخ صدوره، مما أثار اعتراضاً دستورياً مهماً، أعدت وزارة الإعلام مشروع قانون جديد لعرضه على مجلس، ومن ثم صدر القرار الجمهورى رقم (١) لسنة ١٩٧١، فى الأول من مارس لسنة ١٩٧١، وينص على إنشاء هيئة تسمى " إتحاد الإذاعة والتليفزيون " تتولى شئون الإذاعة المسموعة والمرئية فى الجمهورية العربية المتحدة، ويكون لها الشخصية الاعتبارية، ويرأس وزير الإعلام المجلس الأعلى للإتحاد.

ويلاحظ أن هذه المادة لم تصف الإتحاد بأنه هيئة عامة، من نوع خاص.
كما تنص المادة المذكورة على تبعية الإتحاد لوزير الإعلام ، بينما لم تنص أحكام القانون ٦٢ لسنة ١٩٧٠ على هذه التبعية صراحة.

ولأهمية دور الإذاعة كوسيلة من وسائل الإعلام ، تقوم بدور طليعى متميز فى عالم سريع التقدم فى الفن التليفزيوني والتكنولوجى، فلقد بين القانون الجديد (رقم ١ لسنة ١٩٧١) أغراض إتحاد الإذاعة والتليفزيون فيما يلى :

- الأداء الكفء لخدمة الإذاعة المسموعة والمرئية، وضمان توجيهها لخدمة الشعب والمصلحة القومية، والتطور الاشتراكى.
- تطوير مفاهيم التليفزيون الإذاعى، وإرساء القواعد والقيم الخلقية والروحية، التى تحكم المواد الإذاعية.
- إيجاد المناخ الملائم لنمو الملكات الخلاقة، وإظهار المواهب الجديدة، وتشجيع التعبير الحر الأمين.
- الإسهام فى التعبير عن مطالب الجماهير ومشكلاتها اليومية.
- المحافظة على التراث القومى ونشره.
- رفع مستوى الخدمات الإذاعية الموجهة للخارج، وضمان تحقيقها للمصلحة العامة.
- النهوض بالمستوى الفنى والمهنى والثقافى، للقائمين بالخدمات الإذاعية.

- دعم أجهزة الإذاعة المسموعة والمرئية، وفقاً لأساليب التطبيق العلمى الحديث.

مزايا هذا القانون:

١-عمل هذا القانون على إيجاد نوع من الترابط والتكامل بين كل من (الإذاعة والتليفزيون) والمؤسسة المصرية العامة للهندسة الإذاعية.

ثم جاءت مذكرة تفسيرية بشأن مشروع قانون إعادة تنظيم إتحاد الإذاعة والتليفزيون، والتى توضح أن التنظيم الجديد يحقق للإتحاد كل عناصر ومقومات الإستقلال الفكرى والمالى والإدارى، ويضع كافة السلطات والمسئوليات فى مجلس للأمناء يتكون من المفكرين والأدباء والفنانين ورجال الاقتصاد والمال والإدارة والقانون والصحافة. ويقوم هذا المجلس بأمور التخطيط ورسم السياسات بينما يتولى إدارة قطاعات الإتحاد، أعضاء منتدبون من مجلس الأمناء، لهم كل الصلاحيات فى إطار ما يقرره المجلس، كما تقوم الجمعية العمومية بالعمل على ضمان قيام الإتحاد بتنفيذ أغراضه، والإشراف على حسن توجيه المال العام، لخدمة الشعب، دون سيطرة الحكومة عليه.

ومن هنا كان الغاء القانون رقم (١) لسنة ١٩٧١، الخاص بإنشاء إتحاد الاذاعة والتليفزيون.

قانون رقم ١٣ لسنة ١٩٧٩

ثم إصدار الرئيس أنور السادات للقرار الجمهورى الجديد بقانون رقم (١٣) لسنة ١٩٧٩ فى ٢٩ مارس ١٩٧٩، ليمنح الإتحاد مزيداً من الإستقلال، الذى نص فى مادته الأولى، على إنشاء هيئة عامة باسم اتحاد الاذاعة والتليفزيون، تتولى شئون الإذاعة المسموعة والمرئية فى جمهورية مصر العربية، وتكون لها الشخصية الاعتبارية، ومركزها مدينة القاهرة، ويهدف الإتحاد كما تنص بذلك المادة الثانية – الى تحقيق رسالة الإعلام الإذاعى المسموع و المرئى، سياسة وتخطيطاً وتنفيذاً، فى إطار السياسة العامة للمجتمع، ومتطلباته التليفزيونية، أخذاً بأحدث ما تصل اليه تطبيقات العلم الحديث وتطوراته، فى مجالات توظيف الإعلام المرئى والمسموع لخدمة المجتمع، وبلوغه أهدافه.

وفى سبيل ذلك يعمل الاتحاد على تحقيق الأغراض الأتية:

١- أداء الخدمة الإذاعية المسموعة والمرئية، بالكفاءة المطلوبة، وضمان توجيهها لخدمة الشعب والمصلحة القومية، فى إطار القيم والتقاليد الأصيلة للشعب المصرى، وفقا للمقادئ العامة التى نص عليها الدستور.

٢- العمل على دعم النظام الاشراكى الديموقراطى، والوحدة الوطنية، والسلام الاجتماعى وصيانة كرامة الفرد وحريته، وتأكيد سيادة القانون من خلال جميع الأعمال الإذاعية من مسموعة ومرئية.

٣- العمل على نشر الثقافة وتضمين البرامج الجوانب التعليمية والحضارية والإنسانية، وفقاً للرؤية المصرية والعربية والعالمية الرفيعة لخدمة كافة فئات الشعب، وتكريس برامج خاصة للطفولة والشباب والمرأة والعمال والفلاحين أسهاماً فى بناء الإنسان حضارياً وعملاً على تماسك الأسرة.

٤- تطوير الإعلام الإذاعي والتليفزيون، والإلتزام بالقيم الدينية والأخلاقية فى المواد الإذاعية.

٥- الإسهام فى التعبير عن مطالب جماهير الشعب ومشكلاته اليومية، وطرح القضايا العامة مع إتاحة الفرصة لبيان مختلف الأراء فى شأنها بما فيها الاتجاهات الحزبية وعرض الجهود المبذولة لعلاجها عرضاً موضوعياً.

٦- التليفزيون عن مناقشات مجلس الشعب والمجالس المحلية، والالتزام بإذاعة ما تطلب الحكومة إذاعته رسمياً، وكل ما يتصل بالسياسات العامة للدولة، والمبادئ والمصالح القومية العليا.

٧- الالتزام بتخصيص جانب من وقت الإرسال الاذاعى والتليفزيوني للأحزاب السياسية أبان الانتخابات لشرح برامجها للشعب، وكذلك تخصيص جانب من وقت الإرسال بصفة منتظمة لعرض الاتجاهات الفكرية الرئيسية للرأى العام.

٨- نشر الإرسال الإعلامي المسموع والمرئى بالكفاءة المطلوبة، لتغطية جميع أنحاء الجمهورية ودعم وتطوير أجهزته وفقاً للاساليب العلمية الحديثة، مع الالتزام بالادارة العلمية والاقتصادية لمختلف أجهزته ومرافقه.

٩- تنمية المناخ الملائم لتشجيع الملكات الخلاقة والطاقات المبدعة لأفراد الشعب وإظاهر وتشجيع المواهب الجديدة.

١٠-توثيق الروابط الإذاعية مع مثيلاتها فى البلاد العربية والإسلامية الأجنبية.
١١-تطوير الخدمات الإعلامية الموجهة للخارج وضمان تحقيقها للمصلحة العليا للدولة.
١٢-النهوض بالمستوى الفنى والمهنى، للقائمين بالخدمات الإعلامية المسموعة والمرئية.

الوزير المختص بشئون الإذاعة والتليفزيون:

وتنص المادة الرابعة على أن يحدد بقرار من رئيس الجمهورية الوزير المختص بشئون الاذاعة والتليفزيون.

تكوين اتحاد الاذاعة والتليفزيون:

كما تنص المادة الرابعة على أن يكون للإتحاد مجلس للأمناء ومجلس للأعضاء المنتدبين وجمعية عمومية على النحو التالى:

١-مجلس الأمناء : تشكيله وإختصاصاته:

تشكيل مجلس الأمناء :

تنص المادة الخامسة على أن يشكل مجلس الأمناء على النحو التالى:

١-رئيس يصدر بتعيينه وتحديد مرتبة ومخصصاته مدة رئاسته قرار من رئيس الجمهورية بناء على اقتراح رئيس مجلس الوزراء.
٢-عدد من الأعضاء من بين الشخصيات العامة ذات المشاركة الفعالة فى النشاط الفكرى والدينى والفنى والعلمى والثقافى والصحفى والاقتصادى والهندسى والمالى والقانونى والمهتمين بنشاطات الشباب والمرأة والطفولة وغيرها من النشاطات على أن تكون لهم الأغلبية العددية فى عضوية المجلس، ويصدر بتعيينهم وتحديد مكافآتهم ومدة عضويتهم قرار من رئيس مجلس الوزراء.
٣-الأعضاء المنتدبين لإدارة القطاعات الرئيسية للاتحاد.
٤-رئيس الهيئة العامة للاستعلامات.

اختصاصات مجلس الأمناء:

وتنص المادة السادسة على أن يختص مجلس الأمناء بوضع السياسات العامة لعمل الاتحاد واعتماد الخطط الرئيسية المتعلقة بتنفيذها ومتابعة وتقييم أجهزة الإتحاد لمهامها وللمجلس أن يتخذ ما يلزم من القرارات لتحقيق أغراضه

وفقا لأحكام هذا القانون وله على وجه الخصوص ما يلى:

١- وضع ميثاق شرف للعمل الإعلامي المسموع والمرئي، وأخلاقيات الرسالة الإعلامية وتحديد أسلوب الالتزام بهذا الميثاق.

٢- إعتماد القواعد واللوائح والنظم المتعلقة بسير العمل فى قطاعات الاتحاد وشركاته المملوكة له بالكامل بما يكفل تقديم الخدمات الإعلامية المسموعة والمرئية بأعلى قدر من الكفاية على أساس من الإدارة الاقتصادية السليمة.

٣- اعتماد اللوائح المتعلقة بالشئون الإدارية والمالية بما يتفق ومتطلبات العمل فى مختلف ابعاده بما يكفل له المرونة واللامركزية.

٤- إصدار لاحة لشئون العاملين ومعاملتهم المالية بما يتفق وطبيعة العمل الإعلامي وما يحقق لهم الرعاية، ويكفل الارتفاع بمستوى الأداء، وذلك دون التقيد بالنظم الخاصة بالعاملين المدنيين بالدولة.

٥- الموافقة على البرامج السنوية لاستثمارات الخطة والساسية العامة لإنتاج المواد المذاعة، وأسس الاستعانة بالبرامج والمواد الأجنبية.

٦- اعتماد القواعد التى تتبع لإعداد الموازنة التخطيطية والموازنة السنوية للإتحاد على نسق موازنات المشروعات الاقتصادية.

٧- اعتماد قواعد الاستعانة بالتليفزيونات الأجنبية فى مجال الاذاعة المسموعة والمرئية.

٨- إقرار المعايير العامة لاختيار المواد والبرامج التى يحصل عليها من

٩- اعتماد اسس تقييم الأداء والحكم على كفاية النشاط.

١٠- اعتماد القواعد التى تحكم أنشطة الاتحاد ذات الصبغة التجارية.

١١- إبداء الرأى فى التشريعات المتعلقة بالإذاعة المسموعة والمرئية.

١٢- الموافقة على إنشاء الفرق الموسيقية والمسرحية بما يتفق وأنشطة الاتحاد وخدمة اغراضه.

١٣- اعتماد خطط القوى العاملة ومعايير ترتيب وتوصيف الوظائف.

١٤- وتعطى المادة السابعة لمجلس الأمناء أن يشكل لجاناً دائمة أو مؤقتة من بين أعضائه، لمعاونته فى دراسة ما يقدم له من موضوعات، وله أن يضم الى

تلك اللجان أعضاء من داخل الإتحاد أو من خارجه.
وتنص المادة الثامنة على أن يعقد مجلس الأمناء دوره عمل كل شهر على الاقل، كما تجوز دعوته للانعقاد فى غير موعد الدورة العادية وذلك بناء على طلب رئيس مجلس الأمناء أو إذا طلب ذلك نصف أعضاء المجلس أو الأعضاء المنتدبين ولا يكون الاجتماع صحيحا الا اذا حضره نصف عدد أعضائه على الأقل.
ويتولى رئيس المجلس توجيه الدعوة الى اجتماعاته وإعداد جدول أعماله، وتصدر قرارات المجلس بأغلبية الحاضرين عند التساوى يرجع الجانب الذى فيه الرئيس، ويضع المجلس لائحة خاصة بتنظيم أعماله واجتماعاته وتوزيع الاختصاصات والمسئوليات بين أعضائه.

إختصاصات رئيس مجلس الأمناء:

وتنص المادة التاسعة على أن يتولى رئيس مجلس الأمناء الإشراف على شئون الاتحاد وقطاعاته المختلفة، والتنسيق بينها، والتحقق من حسن سير العمل وتنفيذ قرارات مجلس الأمناء، وتنص المادة العاشرة على أن يختار مجلس الأمناء من بين أعضائه نائباً للرئيس يقوم مقامه عند غيابه.

وأهم اختصاصات رئيس مجلس الأمناء كما تحددها المادة التاسعة هى:

١- تمثيل الاتحاد فى علاقته بالغير وأمام القضاء، وفى المؤتمرات والاتحادات العربية والدولية، وإبرام الاتفاقيات مع هيئة الاذاعة المسموعة والمرئية فى الدول الآخرى.
٢- عرض تقارير الأعضاء المنتدبين عن سير العمل فى قطاعاتهم على مجلس الأمناء.
٣- تحديد من له حق التوقيع عن الاتحاد فى مختلف التصرفات.
٤- تحديد اختصاصات الأمين العام والأعضاء المنتدبين فيما يختص بتنفيذ قرارات مجلس الأمناء كل فى قطاعه.

ولرئيس مجلس الامناء أن يفوض الأعضاء المنتدبين فى بعض اختصاصاته.

٢-مجلس الأعضاء المنتدبين : تشكيله واختصاصاته:

١/٢ ـتشكيل مجلس الأعضاء المنتدبين:

-تنص المادة الحادية عشرة على أن يشكل مجلس للأعضاء المنتدبين برئاسة رئيس مجلس الأمناء وعضوية الأعضاء المنتدبين لإدارة القطاعات الرئيسية للاتحاد.

-ويضم الى المجلس عدد من مديرى إدارات القطاع بحكم وظائفهم،وعدد آخر من العاملين فى الاتحاد يصدر باختيارهم قرار من مجلس الأمناء.

-وتنص المادة الثانية عشرة على أن يتولى عضو مجلس الأمناء المنتدب، إدارة أحد القطاعات فى إطار السياسات والنظم والقرارات التى يضعها المجلس، وتكون له كل الاختصاصات المالية والادارية اللازمة لأداء مسئولياته، وعليه أن يقدم تقريراً شهرياً عن نشاط قطاعه، لمجلس الأمناء، وله أن يفوض مسئولاً أو أكثر فى بعض اختصاصاته.

٢/٢ ـ اختصاصات مجلس الأعضاء المنتدبين:

يختص مجلس الأعضاء المنتدبين وفقا للمادة الثالثة عشرة بما يلى:

١ـ تنفيذ قرارات وسياسات مجلس الأمناء.

٢ـ التنسيق بين خطط وبرامج وأنشطة قطاعات الاتحاد، وضمان عمله كفريق متكامل لتحقيق أهداف الاتحاد، وتقصى الرأى العام بالنسبة للبرامج الإعلامية المسموعة والمرئية.

٣ـ اعداد مشروع الخطة السنوية للبرامج وإقتراح السياسة العامة لإنتاج المواد المذاعة وأسس الاستعانة بالبرامج والمواد الأجنبية للعرض على مجلس الأمناء.

٤ـ دراسة التقرير السنوى عن الموقف المالى للإتحاد، ورفع الملاحظات فى شأنه إلى مجلس الامناء، ووضع القواعد التى تتبع لإعداد الموازنة التخطيطية والموازنة السنوية للإتحاد، وإستثمارات الخطة على نسق موازنات المشروعات الاقتصادية.

٥ـ دراسة المشروعات الاستثمارية الجديدة وتقديمها لمجلس الأمناء، وفتح الحسابات المصرفية فى البنوك التجارية المصرية والأجنبية.

٦ـ تنسيق مشروعات الموازنات الداخلية للقطاعات.

٧- إعداد القرارات الخاصة بتنظيم القسيمات التنظيمية فى القطاعات، وتحديد اختصاصاتها، ووضع خطط القوى العاملة، ومعايير ترتيب وتوصيف الوظائف ووضع خطط التدريب والبعثات للعاملين بالاتحاد ورسم سياسة البحوث العلمية.

٨- المتابعة الدورية للأداء فى مختلف القطاعات وبالأخص تكاليف التشغيل وحجم الإيرادات.

٩- عقد القروض وقبول الهبات والمنح والاعانات لصالح الإتحاد وفقاً للقواعد العامة المقررة فى هذا الشأن بعد إعتماد مجلس الأمناء.

١٠-وضع القواعد المنظمة للعلاقة بين الإتحاد وشركاته المملوكة له بالكامل.

١١-وضع اللوائح والنظم والقواعد المتعلقة بسير العمل فى قطاعات الإتحاد وشركاته المملوكة له.

١٢-حفظ المواد الاذاعية وفقاً للنظم والقواعد التى يقررها مجلس الأمناء.

١٣-إتخاذ جميع الإجراءات والتصرفات من أجل تجديد وتطوير المحطات والمعدات لدعم ارسال واستقبال الإذاعات المسموعة والمرئية.

١٤-وتنص المادة الرابعة عشرة على أن يجتمع مجلس الأعضاء المنتدبين مرة على الأقل كل اسبوعين بدعوة من رئيسه، ويدعى أيضاً للانعقاد إذا طلب ذلك نصف عدد أعضائه على الأقل ويضع المجلس لائحة بتنظيم العمل فيه.

١٥-وتنص المادة الخامسة عشرة على ان يشكل العنصر المنتدب لجنة من مديرى الإدارات فى القطاع تعاونه فى إدارة وتسيير العمل اليومى، وإقتراح السياسة التى يسير عليها العمل فى ضوء قرارات مجلس الأمناء، ومجلس الأعضاء المنتدبين وتوجيهاتهما وتتولى على الأخص:

- اتخاذ القرارات المتعلقة بالشئون التخصصية لأعمال القطاع.
- الموافقة على مشروع الموازنة السنوية للقطاع.
- اقتراح فرض الرسوم وتحديد الأجور لأنواع الخدمات التى يؤديها القطاع.
- البت فى شئون العاملين بالقطاع.
- تعتمد أعمال هذه اللجنة من العضو المنتدب.

تشكيل الجمعية العمومية :

تنص المادة الثامنة والعشرون على أن تشكل للاتحاد جمعية عمومية برئاسة رئيس مجلس الأمناء وعضوية كل من :

١-أعضاء مجلس الأمناء.

٢-الوزير المختص بشئون إتحاد الإذاعة التليفزيون النوعي.

٣-وزراء الاقتصاد والتجارة الخارجية والتخطيط والشئون الاجتماعية، الشئون الخارجية، التعليم، شئون مجلس الشعب، المواصلات، الصحة، المالية، والشباب.

٤-وكيل الأزهر.

٥-عدد من ذوى التليفزيون النوعية فى مجالات التليفزيون النوعي والأنشطة المرتبطة به،يصدر بتعيينهم قرار من رئيس مجلس الوزراء.

اختصاصات الجمعية العمومية:

وتختص الجمعية العمومية للإتحاد وفقاً للمادة التاسعة والعشرين بما يلى:

١٦-اعتماد التقرير السنوى عن نشاط الإتحاد والشركات التابعة له، والذى بعده مجلس الأمناء فى إطار ما تحدده المادتان ٢،٣ من القانون رقم ١٣ لسنة ١٩٧٩.

١٧-اعتماد تقرير مراقب الحسابات.

١٨-اقرار الموازنة التخطيطية للاتحاد، وفى حالة ما إذا ترتب على الموازنة التخطيطية أعباء مالية على الموازنة العامة للدولة لا تسرى إلا بموافقة الحكومة.

١٩-إقرار الموازنة السنوية والحسابات الختامية حساب الأرباح والخسائر للاتحاد وتحديد الاحتياطات والمخصصات وتوزيع الأرباح.

٢٠-إقرار زيادة رأس مال الإتحاد وتحديد مصادر التمويل.

٢١-الترخيص باستخدام المخصصات فى غير الأغراض المخصصة لها فى موازنة الإتحاد.

٢٢-إقرار مشروعات انشاء الشركات أو المشاركة فيها أو مشروعات الإدماج أو التصفية للشركات المملوكة للاتحاد.

٢٣-تعيين مراقب الحسابات وتحديد مكافآته.

وتحدد المادة الثلاثون أن تنعقد الجمعية العمومية العادية للاتحاد مرتين على الأقل سنوياً، وذلك بدعوة من رئيسها، كما يجوز دعوة الجمعية العمومية للانعقاد فى دورة غير عادية، وذلك بناء على طلب رئيسها أو نصف عدد أعضائها، أو بناء على طلب الوزير المختص.

ولا يكون الاجتماع صحيحاً إلا بحضور ثلثى الأعضاء.. وفى حالة عدم اكتمال النصاب القانونى لصحة الانعقاد يؤجل الاجتماع لجلسة تالية، ويكون الانعقاد صحيحاً بحضور أى عدد من الأعضاء.

٢٤-وتنص المادة الحادية والثلاثون على أن تصدر قرارات الجمعية العمومية بأغلبية أصوات الأعضاء الحاضرين، وفى حالة تساوى الأصوات يرجع الجانب الذى فيه الرئيس.

٢٥-كما تنص المادة الثانية والثلاثون على أن يحضر مندوب الجهاز المركزى للمحاسبات ومراقبوا الحسابات اجتماعات الجمعية العمومية دون أن يكون لهم حق التصويت.

عدم تقييد الاتحاد باللوائح

تنص المادة السادسة عشرة على أن يخضع الاتحاد فى أنظمتة وشئون العاملين فيه وإدارة أمواله وحساباته وسائر شئونه للأحكام المنصوص عليها فى هذا القانون واللوائح والقرارات التى يصدرها مجلس الأمناء دون التقييد بالقوانين واللوائح والتعليمات التى تجرى عليها الحكومة.

رأس مال الإتحاد:

تنص المادة السابعة عشرة على أن يحدد رأس مال الإتحاد بقرار من رئيس الجمهورية، ويصدر وزير المالية قرار بتشكيل لجنة تتولى :

٢٦-تقييم أصول وخصوم رأس مال الإتحاد.

٢٧-تحديد مديونيات الاتحاد قبل وزارة المالية.

٢٨-إقتراح اعتبار كل أو بعض المديونيات إسهاماً من الحكومة فى رأس مال الإتحاد.

وتعتمد توصيات هذه اللجنة بقرار من وزير المالية.

استقلال موازنة الإتحاد

وتنص المادة الثامنة عشرة على أن يكون للإتحاد موازنة مستقلة تصدر بقرار من رئيس الجمهورية يراعى فى وضعها القواعد المتبعة فى إعداد موازنات المشروعات الاقتصادية ويجوز أن توضع للاتحاد موازنة استثمارية لمدة أكثر من سنة بقرار من رئيس الجمهورية، وتحدد المادة التاسعة عشرة أن السنة المالية للاتحاد تبدأ من أول يناير وتنهى فى آخر ديسمبر من كل عام، وتنص المادة الحادية والعشرون على أن يكون لكل قطاع موازنة داخلية تبين موارده ومصروفاته والفائض أو العجز فى الإيرادات، كما تحدد المادة الثانية والعشرون أنه مع عدم الاخلال برقابة الجهاز المركزى للمحاسبات والجمعية العمومية للاتحاد أن يعين مراقباً أو أكثر للحسابات من الأشخاص الطبيعين المتمتعين بجنسية جمهورية مصر العربية وتحدد الجمعية العمومية مكافآة المراقب وتكون له حقوق مراقب الحسابات فى الشركات المساهمة وعليه واجباته.

وتعطى المادة الثالثة والعشرون لمجلس الأمناء أن يقرر أجراً بالفئات التى يحددها للبرامج والخدمات التى تقدم لأجهزة الدولة والهيئات العامة وما يتبعها من وحدات اقتصادية وتدرج قيمة تلك الخدمات سنوياً فى ميزانية هذه الجهات فى أول كل عام، كما تنص المادة الرابعة والعشرون على أن تودع الحكومة لحساب الاتحاد فى البنك المركزى المصرى الإعانة السنوية التى تقررها.

وتعفى الأجهزة والمعدات الهندسية وأشرطة التسجيل والاسطوانات والأفلام الخام والمسجل عليها التى ترد للاتحاد من الرسوم الجمركية بناء على المادة السابعة والعشرين من القانون رقم (١٣) لسنة ١٩٧٩.

الغاء القوانين السابقة:

وتنص المادة الثالثة والثلاثون على إلغاء القانون رقم ١ لسنة ١٩٧١ بانشاء اتحاد الإذاعة والتليفزيون النوعي، وبإلغاء القرارات الجمهورية رقم ٧٧ لسنة ١٩٦٦ بتنظيم المؤسسة المصرية العامة للهندسة الإذاعية، ورقم ٧٨ لسنة ١٩٦٦ بتنظيم إذاعة الجمهورية العربية المتحدة، ورقم ٧٩ لسنة ١٩٦٦ بتنظيم تليفزيون الجمهورية العربية المتحدة، كما يلغى كل حكم يخالف أحكام هذا القانون وتظل القواعد واللوائح المعمول بها حالياً سارياً لحين صدور اللوائح الجديدة.

و تنص المادة الرابعة والثلاثون والأخيرة على أن يعمل بهذا القانون من تاريخ نشره ويبصم بخاتم الدولة وينفذ كقانون من قوانينها.

التعديلات القانونية التى أجريت على القانون رقم (٢٢٣) سنة ١٩٧٩

بعد مرور حوالى العشر سنوات على صدور القانون رقم (١٣) لسنة ١٩٧٩ والخاص باتحاد الإذاعة والتليفزيون قدم الدكتور " عاطف صدقى" رئيس مجلس الوزراء مذكرة ايضاحية الى مجلس الشعب، فى العام ١٩٨٩، لمشروع قانون بتعديل أحكام ذلك القانون، ذكر فيها ما يلى : (صدر القانون رقم (١٣) لسنة ١٩٧٩، فى شأن اتحاد الإذاعة والتليفزيون ليحل محل القانون السابق عليه رقم (١) لسنة ١٩٧١، بإنشاء إتحاد الإذاعة والتليفزيون.

وإذا انقضى على صدور القانون الحالى مدة زمنية تقارب العشر سنوات طرأ خلالها متغيرات على كثير من الأوضاع أهمها : إعادة إنشاء وزارة التليفزيون ، وتعيين وزير التليفزيون وزيراً متخصصاً لشئون الإذاعة والتليفزيون ، ومنحه اختصاصات تقابل مسئولياته السياسية والبرلمانية فى هذا الشأن وصدور قرار رئيس الجمهورية بتحديد اختصاصات وزارة الإعلام ، متضمنا العلاقة بينها وبين اتحاد الاذاعة والتليفزيون ، واستدعى ذلك جمعية تعديل بعض نصوص القانون، بما يحقق التوازن المطلوب بين هدف المشروع من إعطاء الاتحاد استقلالية، لتحقق رسالة الإعلام، وبين مسئولية وزير الإعلام السياسية والدستورية عن كل ما يتعلق بتحقيق هذه الرسالة.

وتحقيقا لما تقدم، أعد مشروع القانون المرفق، بتعديل المادة الأولى، من القانون رقم (١٣) لسنة ١٩٧٩، المشار اليه، وذلك باضافة صفة القومية الى الاتحاد وأناطت به دون غيره، إنشاء وتملك محطات البث الإذاعى المسموع والمرئى بالجمهورية، وكذلك الاشراف والرقابة على المواد المسموعة والمرئية التى تبثها أجهزته وتخضع لرقابته كل ما تنتجه الشركات المملوكة له.

كما تضمن المشروع تعديل المادة الرابعة، بأن يكون وزير الإعلام هو المختص بشئون اتحاد الإذاعة التليفزيون ، مع تحديد اختصاصاته فى هذا الشأن وبأن يكون للاتحاد مجلس للأمناء، ومجلس للاعضاء المنتدبين، وجمعية عمومية، وأن يتكون الاتحاد من قطاعات هى : رئاسة الاتحاد، الاذاعة، التليفزيون النوعي،

والهندسة الاذاعية، والانتاج، والشئون المالية والاقتصادية، والأمانة العامة.

هذا بالاضافة الى تعدي المادة الثامنة، بما يعطى وزير الإعلام الحق فى دعوة مجلس الأمناء لدوره غير عادية، وتعديل المادة العاشرة بما يعطيه أيضاً من "اختيار نائباً لرئيس مجلس الأمناء، ومن بين أعضاء مجلس الأمناء، يتولى اختصاصات الرئيس عند غيابه " وتعديل المادة الثانية عشر " بحيث يعين عضو مجلس الأمناء المنتدب بقرار من رئيس الجمهورية، لمدة ثلاث سنوات، قابلة للتجديد، ويكون التعيين فى الوظائف الرئيسية بالاتحاد بقرار من وزير التليفزيون النوعي، وتعديل المادة الثامنة والعشرين ليكون تشكيل الجمعية العمومية للاتحاد، برئاسة وزير التليفزيون النوعي، وأن يختص بتعيين عدد من ذوى التخصصات فى مجالات التليفزيون ، والأنشطة المرتبطة به، كأعضاء فى الجمعية.

وقد وافق مجلس الشعب بالفعل على هذه التعديلات، وكان أن صدر بها القانون رقم (٢٢٣) لسنة ١٩٨٩.

وبعد العرض السابق للتدرج التاريخى للقوانين الخاصة بالتليفزيون يمكن عرض نص قانون ١٣ لسنة ١٩٧٩ فى شان اتحاد الاذاعة والتليفزيون وتعديلاته بالقانون ٢٢٣ لسنة ١٩٨٩

قرر مجلس الشعب القانون الاتى نصه ، وقد اصدرناه :

(المادة الاولى)

تنشا هيئه قوميه تسمى اتحاد الإذاعة والتليفزيون ، تكون لها الشخصية الاعتبارية ، مركزها مدينة القاهرة ،وتختص دون غيرها بشئون الإذاعة المسموعة والمرئية ،ولها وحدها إنشاء وتمتلك محطات البث الاذاعى المسموع والمرئي ى جمهورية مصر العربية.

وتتولى الهيئة دون غيرها الإشراف والرقابة على المواد المسموعة والمرئية التي تبثها أجهزتها ،وتخضع لرقابتها كل ما تنتجة الشركات المملوكة لها، وتضع الهيئة القواعد المنظمة لهذه الرقابة.

(المادة الثانية)

يهدف الاتحاد إلى تحقيق رسالة الإعلام الاذاعى ، المسموع والمرئى،سياسة وتخطيطا وتنفيذا ، فى اطار السياسه العامة للمجتمع ومتطلباته

الإعلامية ،أخذا باحدث ما تصل اليه تطبيقات العلم الحديث وتطوراته فى مجالات توظيف الإعلام المرئى والمسموع ،لخدمة المجتمع وبلوغ أهدافه.

وفى سبيل ذلك يعمل الاتحاد على تحقيق الأغراض الآتية :

أداء الخدمة الإذاعية المسموعة والمرئية بالكفاءة المطلوبة ،وضمان توجيهها لخدمة الشعب والمصلحة القومية، فى أطار القيم والتقاليد الأصيلة للشعب المصري ،وفقا للمبادى العامة التى نص عليها الدستور.

- العمل على دعم النظام الاشتراكى الديمقراطى والوحدة الوطنية والسلام الاجتماعى وصيانة كرامة الفرد وحريته ، وتأكيد سيادة القانون من خلال جميع الاعمال الاذاعيه من مسموعة ومرئية.

العمل على نشر الثقافة ،وتضمين البرامج الجوانب التعليمية والحضارية والانسانية ،وفقا للرؤية المصرية والعربية والعالمية الرفيعة لخدمة كافة فئات الشعب ،وتكريس برامج خاصة للطفولة والشباب والمرأة والعمال والفلاحين ، إسهاما فى بناء الإنسان حضاريا ، وعملا على تماسك الأسرة.

تطوير الإعلام والتليفزيون، والالتزام بالقيم الدينية والأخلاقية في المواد الإذاعية.

الإسهام فى التعبير عن مطالب جماهير الشعب ومشكلاته اليومية، وطرح القضايا العامة مع إتاحة الفرصة لبيان مختلف الآراء فى شانها بما فيها الاتجاهات الحزبية وعرض الجهود المبذولة لعلاجها عرضا موضوعيا.

التليفزيون النوعي عن مناقشات مجلس الشعب والمجالس المحلية والالتزام بإذاعة ما تطلب الحكومة إذاعته رسميا وكل ما يتصل بالسياسات العامة للدولة والمبادئ والمصالح القومية العليا.

الالتزام بتخصيص جانب من وقت الإرسال الاذاعى والتليفزيون النوعيى للأحزاب السياسية إبان الانتخابات لشرح برامجها للشعب وكذلك تخصيص جانب من وقت الإرسال بصفه منتظمة لعرض الاتجاهات الفكرية الرئيسية للرأى العام.

نشر الإرسال الإعلامي المسموع والمرئي بالكفاءة المطلوبة لتغطيه جميع أنحاء الجمهورية ودعم وتطوير أجهزته وفقا للأساليب العلمية الحديثة مع

الالتزام بالا داره العلمية والاقتصادية لمختلف أجهزته ومرافقه.
تنميه المناخ الملائم لتشجيع الملكات الخلاقة والطاقات المبدعة لأفراد الشعب وإظهار وتشجيع المواهب الجديدة.
توثيق الروابط الإذاعية مع مثيلاتها فى البلاد العربية والاسلامية والاجنبية
تطوير الخدمات الإذاعية الموجهة للخارج وضمان تحقيقها للمصلحة العليا للدولة
العمل على دعم نشرات الأنباء والتغطية النشطة للأحداث المحلية والعالمية والتعليق الموضوعى عليها والاهتمام بدعم إمكانات المندوبين والمراسلين و الاذاعين فى الداخل والخارج.
النهوض بالمستوى الفنى والمهنى للقائمين بالخدمات الإذاعية المسموعة والمرئية

(المادة الثالثة)

للاتحاد ان يتعاقد وان يجرى جميع التصرفات
١٠٠-الفن الاذاعى والأعمال المحققة لأغراضه دون التقييد بالنظم والأوضاع الحكومية وله على وجه الخصوص ما ياتى :-
١- تأسيس شركات مساهمه بمفرده أو مع شركاء آخرين فى المجالات المتصلة بأغراضه
٢ – شراء الشركات او دمجاها فيه والدخول فى مشروعات مشتركه مع الجهات التى تزاول أعمالا شبيهه بأعماله أو التى قد تعاونه على تحقيق أغراضه سواء فى جمهوريه مصر العربية أو خارجها.
٣ –إنتاج المواد الفنية الإذاعية و التليفزيون النوعيية وتسويقها بالبيع أو التأجير فى الداخل والخارج وفقا للشروط والأوضاع التى يراها محققه لأغراضة.
٤- تملك حقوق التأليف والنشر وأسماء الشهرة التجارية للمواد الإذاعية التى ينتجها أو يستخدمها ومنح الغير حق استخدمها.
٥- استثمار أموال الاتحاد فى الأوجه التى تتفق مع أغراضه.
٦- الحصول على التسهيلات المصرفية والإئتمانية لتمويل مشروعاته

الاستثمارية على أن تحدد الحكومة الحد الأقصى للمديونية.

٧-الاحتفاظ بحصيلة إيراداته من النقد الأجنبي والتصرف فيها لمواجته احتياجاته دون التقيد بالقوانين واللوائح والأنظمة المقررة فى هذا الشأن.

٨-إنتاج وإذاعة الإعلانات التجارية وفقاً للسياسات التى يضعها فى هذا الشأن بما لا يخل بالقيم أو التقاليد العامة.

٩- إنشاء مراكز التدريب لإعداد العاملين وتنميه مهارتهم فى مختلف فروع العمل الاذاعى والتليفزيوني وتشجيع البحوث والدراسات العلمية فى هذا المجال.

١٠- التعاقد مع وكالات الأنباء العالمية

١١- إصدار المطبوعات أو الدوريات أو المجلات التى تعبر عن رسالة اتحاد الإذاعة والتليفزيون.

(المادة الرابعة)

يتولى وزير الإعلام الإشراف على اتحاد الإذاعة والتليفزيون ومتابعه تنفيذه للأهداف والخدمات القومية والمهام الآخرى المنصوص عليها فى هذا القانون بما يكفل ربط هذه الأهداف والخدمات الساسية العليا والأهداف القومية والسلام الاجتماعى والوحدة الوطنية والخطة التليفزيونة للدولة.

ويكون للاتحاد مجلس للأمناء ومجلس للأعضاء المنتدبين وجمعيه عموميه ويتكون الاتحاد من قطاعات.

رئاسة الاتحاد والإذاعة والتليفزيون والهندسة الاذاعية والإنتاج والشئون المالية و الاقتصادية و الأمانة العامة.

ويجوز إنشاء قطاعات أخرى وفقا لاحتياجات العمل وذلك بقرار من مجلس الأمناء

(الماة الخامسه)

يشكل مجلس الأمناء على النحوالتالى

١-رئيس يصدر بتعيينه وتحديد مرتبه ومخصصاته ومده رئاسته قرار من رئيس الجمهورية بناء على اقتراح رئيس مجلس الوزراء

٢ – عدد من الأعضاء من بين الشخصيات العامة ذات المشاركة الفعالة فى

النشاط الفكرى والدينى والفنى والعلمى والثقافى والصحفى والاقتصادى والهندسى والمالى والقانونى والمهتمين بنشاط الشباب والمراه والطفوله وغيرها من النشاطات على ان تكون لهم الأغلبية العددية فى عضويه المجلس.

٣-الأعضاء المنتدبون لإدراة القطاعات الرئيسية للاتحاد

٤- رئيس الهيئة للاستعلامات

(المادة السادسة)

يختص مجلس الأمناء بوضع السياسات العامة لعمل الاتحاد واعتماد الخطط الرئيسية المتعلقة بتنفذيها ومتابعته وتقييم أجهزه الاتحاد لمهامها.

وللمجلس أن يتخذ ما يلزم من القرارات لتحقيق أغراضه وفقا لأحكام هذا القانون وله على وجه الخصوص ماياتى :

وضع ميثاق شرف العمل الإعلامي في الاذاعة المسموعة والمرئية أخلاقيات الرسالة الاذاعية وتحديد أسلوب الالتزام بهذا الميثاق.

اعتماد القواعد واللوائح والنظم بسير العمل فى قطاعات الاتحاد وشركاته الملوكية له بالكامل بما يكفل تقديم الخدمات الإذاعية المسموعة والمرئية بأعلى قدر من الكفاية ، على أساس من الإدارة الاقتصادية السليمة.

اعتماد اللوائح المتعلقة بالشئون الإدارية والمالية بما يتفق ومتطلبات العمل فى مختلف أبعادة بما يكفل له المرونة واللامركزية.

إصدار لائحة لشئون العاملين ومعاملتهم المالية بما يتفق وطبيعة العمل التليفزيوني وما يحقق لهم الرعاية ، ويكفل الارتفاع بمستوى الأداء ، وذلك دون التقيد بالنظم الخاصة بالعاملين المدنيين بالدولة.

الموافقة على البرامج السنوية لاستثمارات الخطة والسياسة العامة لإنتاج المواد الاجنبية.

اعتماد القواعد التى تتبع لإعداد الموازنة التخطيطية والموازنة السنوية للاتحاد على نسق موازنات المشروعات الاقتصادية.

اعتماد قواعد الاستعانة بالإعلام الاجنبي فى مجال الاذاعة المسوعة والمرئية.

إقرار المعايير العامة لاختيار المواد والبرامج التى يحصل عليها من الخارج.

اعتماد أسس تقييم الأداء والحكم على كفاية النشاط.

اعتماد القواعد التى تحكم أنشطة الاتحاد ذات الصبغة التجارية.
إبداء الرأى فى التشريعات المتعلقة بالإذاعة المسموعة والمرئية.
الموافقة على إنشاء الفرق الموسيقية والمسرحية بما يتفق وأنشطة الاتحاد وخدمة أغراضه.
إعتماد خطط القوى العاملة ومعايير ترتيب وتوصيف الوظائف.

(المادة السابعة)

لمجلس الأمناء ان يشكل لجانا دائمة أو مؤقتة من بين أعضائه لمعاونته فى دراسة ما يقدم له من موضوعات وله أن يضم الى تلك اللجان أعضاء داخل الاتحاد أو خارجه.

(الماة الثامنه)

يعقد مجلس الأمناء دورة عمل عاديه كل شهر على الأقل ويجوز دعوته للانعقاد فى غير موعد الدورة العادية بناء على طلب وزير التليفزيون النوعي أو إذا طلب ذلك نصف عدد أعضاء المجلس أو الأعضاء المنتدبون ولا يكون الاجتماع صحيحا الا إذا حضره نصف عدد أعضائه على الأقل ويتولى رئيس المجلس توجيه الدعوة الى اجتماعاته وإعداد جدول أعماله وتصدر قرارات المجلس بأغلبية الحاضرين وعند التساوى يرجع الجانب الذى منه الرئيس. وتبلغ قرارات مجلس الأمناء الى الوزير لاعتمادها خلال ثلاثين يوما من تاريخ إبلاغه بها وتعتبر القرارات نافذة بانقضاء هذه المدة. فإذا اعترض عليها كلها او بعضها أعيد ما اعترض عليه منها الى مجلس الأمناء لإعادة النظر فيه. ولوزير الأعلام حضور جلسات مجلس الأمناء ويتولى رئاستها حال حضوره. ويضع المجلس لائحة أعماله واجتماعاته وتوزيع الاختصاصات والمسئولية بين أعضائة.

(المادة التاسعة)

يتولى رئيس مجلس الأمناء الاشراف على شئون الاتحاد و قطاعاته المختلفة والتنسيق بينها والتحقق من حيث حسن سير العمل وتنفيذ قرارات مجلس الأمناء.

ويختص أيضا بما ياتى

تمثيل الاتحاد فى علاقته بالغير وأمام القضاء وفى المؤتمرات والاتحادات العربية و الدولية وإبرام الاتفاقات مع هيئات الإذاعة المسموعة والمرئية فى الدول الاخرى

عرض تقارير الأعضاء المنتدبين عن سير العمل فى قطاعاتهم على مجلس الأمناء

تحديد من له حق التوقيع عن الاتحاد فى مختلف التصرفات

(د) تحديد اختصاصات الأمين العام الأعضاء المنتدبين فيما يختص بتنفيذ قرارات مجلس الأمناء كل فى قطاعه ولرئيس مجلس الأمناء أن يفوض الأعضاء المنتدبين فى بعض اختصاصاته.

(المادة العاشرة)

يختار وزير الإعلام نائبا للرئيس من بين أعضاء مجلس الأمناء يتولى اختصاصات الرئيس عند غيابه.

(المادة الحادية عشر)

يشكل مجلس للأعضاء المنتدبين برئاسة رئيس مجلس الأمناء وعضوية الأعضاء المنتدبين لإدارة القطاعات الرئيسية لاتحاد

ويضم الى المجلس عدد من مديرى إدارات القطاع بحكم وظائفهم وعدد آخر من العاملين فى الاتحاد يصدر باختيارهم قرار من مجلس الأمناء

(المادة الثانية عشر)

يعين بقرار من رئيس الجمهورية لمده ثلاث سنوات قابله للتجديد عضو مجلس الأمناء المنتدب ويتولى إدارة احد قطاعات الاتحاد فى إطار السياسة والنظم والقرارات التى يضعها المجلس وتكون له الاختصاصات المالية والادارية اللازمة لأداء مسئولياته وعليه أن يقدم تقريرا شهريا عن نشاط قطاعه لمجلس الأمناء وله أن يفوض مسئولا أو أكثر فى بعض اختصاصاته.

(المادة الثالثة عشر)

يختص مجلس الأعضاء المنتدبين بما ياتى

١ – تنفيذ قرارات وسياسات مجلس الأمناء

٢- التنسيق بين خطط وبرامج وأنشطه قطاعات الاتحاد وضمان عمله كفريق متكامل لتحقيق أهداف الاتحاد وتقصى الرأى العام بالنسبة للبرامج الإذاعية المسموعة والمرائية

٣- إعداد مشروع الخطة السنوية للبرامج واقتراح السياسة العامة لإنتاج المواد المذاعة أسس الإستعانة بالبرامج والمواد الأجنبية للعرض على مجلس الأمناء.

٤- دراسة التقرير السنوى عن الموقف المالى للاتحاد ورفع ملاحظاته فى شأنه إلى مجلس الأمناء ووضع القواعد التى تتبع لإعداد الموازنة التخطيطية والموازنة السنوية للاتحاد واستثمارات الخطة على نسق موازنات المشروعات الاقتصادية.

٥- دراسة المشروعات الاستثمارية الجديدة وتقديمها لمجلس الأمناء وفتح الحسابات المصرفية فى البنوك التجارية المصرية و الاجنبية.

٦- تنسيق مشروعات الموازنات الداخلية للقطاعات.

٧- إعداد القرارات الخاصة بتنظيم التقسيمات التنظيمية فى القطاعات وتحديد اختصاصاتها ووضع خطط القوى العاملة ومعايير وترتيب وتوصيف الوظائف ووضع خطط التدريب والبعثات للعاملين بالاتحاد ورسم سياسة البحوث العلمية.

٨- المتابعة الدورية للأداء فى مختلف القطاعات و بالأخص تكاليف التشغيل وحجم الإيرادات.

٩- عقد القروض وقبول الهبات والمنح والإعانات لصالح الاتحاد وفقا للقواعد العامة المقررة فى هذا الشأن بعد اعتماد مجلس الأمناء.

١٠- وضع القواعد المنظمة للعلاقة بين الاتحاد وشركاته المملوكة له بالكامل

١١- وضع اللوائح والنظم والقواعد المتعلقة بسير العمل فى قطاعات الاتحاد وشركاته المملوكة له بالكامل.

١٢- حفظ المواد الإذاعية وفقا للنظم والقواعد التى يقررها مجلس الأمناء

١٣- اتخاذ جميع الإجراءات والتصرفات من اجل تجديد وتطوير المحطات والمعدات لدعم إرسال واستقبال الإذاعات المسموعة والمرئية.

(المادة الرابعة عشره)

يجتمع مجلس الأعضاء المنتدبين مره على الأقل كل أسبوعين بدعوة من رئيسه ويدعى أيضا للانعقاد إذا طلب ذلك نصف عدد أعضائه على الأقل ويضع المجلس لائحة بتنظيم العمل فيه.

(المادة الخامسة عشر)

يشكل العضو المنتدب لجنه من مديرى الإدارات فى القطاع تعاونه فى إداراته وتسيير العمل اليومى واقتراح السياسة التى يسير عليها العمل اليومى واقتراح السياسة التى يسير عليها العمل فى ضوء قرارات مجلس الأمناء ومجلس الأعضاء المنتدبين وتوجيهاتهما وتتولى على الأخص.

١-اتخاذ القرارات المتعلقة بالشئون المتخصصة لأعمال القطاع

٢- الموافقة على مشروع الموازنة السنوية للقطاع

٣- اقتراح فرض الرسوم وتحديد الأجور لأنواع الخدمات التى يؤديها القطاع

٤ – البت فى شئون العاملين بالقطاع الفن الاذاعى

٥- تعتمد اعمال هذه اللجنه من العضو المنتدب

(المادة السادسة عشره)

يخضع الاتحاد فى أنظمته وشئون العاملين فيه وإدارة أمواله وحساباته وسائر شئونه للأحكام المنصوص عليها فى هذا القانون واللوائح والقرارات التى يصدرها مجلس الأمناء دون التقيد بالقوانين واللوائح والتعليمات التى تجرى عليها الحكومة.

(المادة السابعة عشره)

يحدد رأس مال الاتحاد بقرار من رئيس الجمهورية ويصدر وزير المالية قرارا بتشكيل لجنه تتولى :

- تقييم اصول وخصوم راس مال الاتحاد
- تحديد مديونيات الاتحاد قبل وزاره الماليه
- اقتراح اعتبار كل او بعض المديونيات اسهاما من الحكومه فى راس مال الاتحاد وتعتمد توصيات هذه اللجنه بقرار من وزير الماليه

(المادة الثامنة عشره)

يكون للاتحاد موازنة مستقلة تصدر بقرار من رئيس الجمهورية يراعى فى وضعها القواعد المتبعة فى إعداد موازنة استثماريه لمده أكثر من سنه بقرار من رئيس الجمهورية

(المادة التاسعة عشره)

تبدأ السنة المالية للاتحاد من أول يناير و تنتهى فى أخر ديسمبر من كل عام

(المادة العشرون)

تتكون إيرادات الاتحاد من :

١- حصيلة الرسوم المقررة قانونا لصالح الإذاعة والتليفزيون.

٢-المواد الناتجة من نشاط قطاعاته وما يؤديه من خدمات

٣- الإعتمادات التى تخصصها الدولة للاتحاد

٤- الإعانات والهبات

٥- ما يعقده من قروض فى الحدود والقواعد التى يقررها رئيس مجلس الوزراء ويرحل فائض إيرادات كل سنه ماليه الى السنة التالية.

٦- حصة الاتحاد من فوائض الشركات المملوكة والتابعة

(المادة الحادية والعشرون)

يكون لكل قطاع موازنة داخليه تبين موارده ومصروفاته والفائض او العجز فى الإيرادات

(المادة الثانية والعشرون)

مع عدم الإخلال برقابه الجهاز المركزى للمحاسبات للجمعية العمومية للاتحاد أن تعين مراقبا أو أكثر للحسابات من الأشخاص الطبعين المتمتعين بجنسيه جمهوريه مصر العربية وتحدد الجمعية العمومية مكافأة المراقب وتكون له حقوق مراقب الحسابات فى الشركات المساهمة وعليه واجباته.

(المادة الثالثة والعشرون)

لمجلس الأمناء ان يقرر أجرا بالفئات التى يحددها للبرامج والخدمات التى تقدم لأجهزة الدولة والهيئات العامة و ما يتبعها من وحدات اقتصاديه وتدرج قيمه تلك الخدمات سنويا فى ميزانيات هذه الجهات فى أول كل عام.

(المادة الرابعة والعشرون)

تودع الحكومة لحساب الاتحاد فى البنك المركزى المصرى لإعانة السنوية التى تقررها

(المادة الخامسة العشرون)

تنظم القوانين الصادرة لفرض رسوم لصالح الإذاعة والتليفزيون وطريقه تحصيلها وتوريدها للاتحاد.

(المادة السادسة والعشرون)

يكون للاتحاد اقتضاء حقوقه بطريق التنفيذ المباشر و الحجز الادارى وفقا لأحكام القانون رقم ٣٠٨ لسنه ١٩٥٥ شان الحجز الادارى

(المادة السابعة والعشرون)

تعفى الأجهزة والمعدات الهندسية وأشرطة التسجيل والأسطونات والأفلام الخام والمسجل عليها التى ترد للاتحاد من الرسوم الجمركية.

(المادة الثامنة والعشرون)

تشكل للاتحاد جمعيه عمومية برئاسة وزير الإعلام وعضويه كل من:

وزاره التخطيط والدولة لشئون الخارجية لموصلات والصحة و الاقتصاد والتجارة الخارجية وشئون مجلس الشعب والشورى والتعليم والمالية والثقافة والأوقاف والشئون الإجتماعية أو من ينوب عن كل منهم.

- رئيس وأعضاء مجلس الأمناء
- رئيس المجلس الاعلى للشباب والرياضه او من ينيبه
- وكيل الازهر او من ينيبه

عدد من ذو الخبرات فى مجالات الإعلام والأنشطة المرتبطة به. ويصدر بتعيينهم قرار من وزير الإعلام.

(المادة التاسعة والعشرون)

تختص الجمعية العمومية للاتحاد بما يلى :

اعتماد التقرير السنوى عن نشاط الاتحاد و الشركات التابعة له و الذى يعده مجلس الأمناء فى إطار ما تحدده المادتان ٢و٣ من هذا القانون

إعتماد تقرير مراقب الحسابات

إقرار الموازنة التخطيطية للاتحاد وفى حاله ما إذا ترتب على الموازنة التخطيطية أعباء ماليه على الموازنة العامة للدولة لا تسرى الا بموافقة الحكومة.
إقرار الموازنة السنوية والحسابات الختامية وحساب الأرباح والخسائر للاتحاد وتحديد الاحتياطات والمخصصات وتوزيع الأرباح.
إقرار زيادة رأس مال الاتحاد وتحديد مصادر التمويل
الترخيص باستخدام المخصصات فى غير الأغراض المخصصة لها فى موازنة الاتحاد
إقرار مشروعات إنشاء الشركات والمشاركة فيها أو مشروعات الإدماج أو التصفية للشركات المملوكة للاتحاد تعيين مراقب الحسابات وتحديد مكافآتة.

(المادة الثلاثون)

تنعقد الجمعية العمومية العادية للاتحاد مرتين على الأقل سنويا وذلك يدعون من رئيسها كما يجوز دعوه الجمعية العمومية للانعقاد فى دوره غير عاديه وذلك بناء على طلب رئيسها أو طلب نصف عدد أعضائها.
ولا يكون الاجتماع صحيحا الا بحضور ثلثى الأعضاء وفى حاله عدم اكتمال هذا العدد يوجل الاجتماع لجلسه تاليه وفى هذه الحالة يكون الانعقاد صحيحا بحضور اغلبيه الأعضاء.

(المادة الحادية والثلاثون)

تصدر قرارات الجمعية العمومية بأغلبية أصوات الأعضاء الحاضرين وفى حاله تساوى الأصوات يرجح الجانب الذى فيه الرئيس.

(المادة الثانية والثلاثون)

يحضر مندوب الجهاز المركزى للمحاسبات ومراقبو الحسابات اجتماعات الجمعية العمومية دون ان يكون لهم حق التصويت

(المادة الثالثة والثلاثون)

يلغى القانون رقم ١ لسنه ١٩٧١ بانشاء اتحاد الإذاعة والتليفزيون و بإلغاء القرارات الجمهورية رقم ٧٧ لسنه ١٩٦٦ بتنظيم المؤسسة المصرية العامة للهندسة الإذاعية ورقم ٧٨ لسنه ١٩٦٦ بتنظيم إذاعة الجمهورية العربية

المتحدة ورقم ٧٩ لسنه ١٩٦٦ بتنظيم تلفزيون الجمهورية العربية المتحدة؛ كما يلغى كل حكم يخالف أحكام هذا القانون تظل القواعد واللوائح المعمول بها حاليا سارية حين صدور اللوائح الجديدة.

(المادة الرابعة والثلاثون)

ينشر هذا القانون فى الجريدة الرسمية ليعمل به من تاريخ نشره

يبصم هذا القانون بختم الدولة وينفذ كقانون من قوانينها صدر فى رئاسة الجمهورية فى ٣٠ربيع الأخر سنه ١٣٩٩(٢٩ مارس سنه ١٩٧٩).

دليل العمل الإنتاجي التليفزيوني ودليل عمل للبرامج والأعمال الدرامية بإتحاد الإذاعة والتليفزيون

هي القواعد والضوابط والمبادئ التي يتضمنها دليل العمل الذي نرجو إن يستهدى به العاملون فى مجال البرامج والدراما الإذاعية والتليفزيونية ،ليحققوا رسالتهم السامية وليؤكدوا الدور البارز للإعلام المرئي والمسموع في بناء المجتمع وتوعيته لترسيخ القيم الايجابية ومواجهة القيم السلبية ويمكن عرضها كالآتى:

أولاً : تمهيد :

انطلاقاً من أهميه الاذاعة والتليفزيون كوسيلتين من أوسع وسائل الاتصال الجماهيري انتشارا وأعمقها تأثيرا وأهميه دورهما في إثراء الفكر والوجدان..

وفى ضوء ثوره الاتصال والتليفزيون وما يطرحه عصر الأقمار الصناعية من تحديات تؤكد أهميه دور التليفزيون الوطني في بناء الإنسان وتحصينه بالوعي النابع من دينه وتراثه وهويته الثقافية وقيمه ومثله العليا حتى يتعامل بوعي مع عصر البث القمري المباشر

وأدركا لأهمية تطوير الإنتاج التليفزيوني الوطني حتى يكون قادر على تلبيه احتياجات الإنسان المصري والعربي قادر في نفس الوقت على منافسه الإنتاج التليفزيون النوعيى الأجنبى الوافد عبر الأقمار الصناعية بما يطرح البديل المصر ى والعربي الذي يؤكد وجودنا في هذا العصر والذي يجعلنا نأخذ ونعطى نؤثر ونتأثر في تفاعل حضاري خلاق واستهداء بتوجهات السيد / وزير الإعلام بأهمية وجود ميثاق شرف اعلامى يتضمن المبادئ الأساسية والضوابط التي تحكم الإنتاج التليفزيوني في مجال الدراما والبرامج فى كل من الإذاعة والتليفزيون لتأكيد القيم والسلوكيات الايجابية في المجتمع والتصدي للظواهر السلبية من خلال فهم عميق وإدراك واع لحركه المجتمع

فان اتحاد الإذاعة والتليفزيون يضع هذا الدليل حتى يكون نبراسا يستهدى به العاملون فى الاتحاد فى إنتاج البرامج والأعمال الدرامية تأكيدا لرسالة التليفزيون المصري فى خدمه وطنه وأمته وذلك على النحو التالي :

أولاً: في مجال التوعية الدينية:

- يركز العمل الاذاعى و التليفزيوني على توفير التوعية الدينية النابعة من جوهر الدين بسماحته ووسطيته واعتداله بعيدا عن اى انحراف أو تطرف أو تعصب ونبذا العنف ومواجهته باعتباره خروجا عن جوهر الدين و إفسادا فى الارض وترسيخ القيم والمثل العليا وإبراز مواقف القدوة الطيبة عبر التاريخ الإسلامي...

- وتأكيدا لذلك يحرص العمل البرامجى والدرامى على مايلى :

١- تأكيد ان الإيمان الحقيقي هو ما وقر فى القلب وصدقه العمل حتى يتجسد الإيمان فى العبادة الخالصة لله وفى سلوك الإنسان اليومي وفى أسلوب تعامله مع الآخرين وفى الإخلاص فى أداء العمل.

٢- الاحترام والتقدير الكامل لجميع الأديان السماوية.

٣- التأكيد على الأهمية التى يوليها الإسلام لطلب العلم باعتباره وسيله من وسائل إعمار الكون وإبراز العطاء العلمى لعلماء المسلمين فى فترات ازدهار الحضارة الاسلامية

٤-إبراز المعنى الصحيح للتوكل على الله القائم على العمل والأخذ بالأساليب وبذلك يأتى التوفيق من الله ونبذ التوكل واللامبالاة والإهمال.

٥-التأكيد على كل ما يبرز جوهر الدين الاسلامى الذي يتميز بالوسطية والاعتدال دون إفراط أو تفريط ونبذ التطرف والمغالاة وإدانه ومواجهه ما قد يقود إليه التطرف من عنف وإرهاب.

٦-التنبيه إلى إن المراجع فى الدين يكون لعلمائه المتفقهين وليس لأى إنسان غير مؤهل للاجتهاد.

٧- التوضيح المستمر لمعنى الحوار فى أمور الدين وكيف انه يعنى مقابله الحجه بالحجة ولا مكان فيه لفرض الرأى بالضغط أو الإرهاب (وجادلهم بالتي هي أحسن).

٨-تعميق الاحترام والتقدير والتبجيل لعلماء الدين المتخصصين المستنيرين

٩- الحرص على تنقيه الدين من الأفكار والمعتقدات الخاطئة مثل الشعوذة وأعمال السحر والتوسل بالأولياء من دون الله ويستدعى ذلك بطبيعة الحال

كشف النماذج التى تسمح بالدين وهو منها براء.

١٠- إبراز المواقف الإسلامية الرائعة التى يحفل بها الإسلام لتأكيد القيم وتجسيد القدوة الطيبة.

١١-حرص الأعمال الدرامية الدينية على الأداء الطبيعي عن الافتعال أو التشنج أو الأسلوب التقليدي فى المط والتطويل حتى ينساب التأثير الروحى بسلا سه إلى النفوس.

١٢- التأكيد على أن الإسلام دين يدعو إلى التقدم والعلم والعمل لصنع الحضارة وبنا ء آلامه الإسلامية القوية لتواكب عصر التقدم العلمي وطفرته المتلاحقة وحتى تكون الأمة الإسلامية فى مقدمه الصفوف فى هذا المجال وتكون خير أمه أخرجت للناس فى أمور الدين والدنيا.

ثانيا : القيم الاجتماعيه

(ا)الأسرة :

الدعوة إلى أهيمه ترابط الأسرة وترسيخ القيم والسلوكيات التى تؤدي إلى البر بالوالدين واحترام الصغير للكبير وعطف الكبير على الصغير ،وقيام كل فرد فى الأسرة بواجبة حيال بقية أفراد الأسرة كالزوج نحو زوجته ونحو أولاده وكالزوجة وبيتها وأولادها وانطلاقا من الحديث الشريف :(كلكم راع وكلكم مسئول عن رعيته).

(ب) المرأة:

إبراز تكريم الإسلام للمرأة وما أعطاها من حقوق وما ترتب عليها من واجبات، وإبراز نماذج عطاء المرأة فى شتى المجالات عبر التاريج الاسلامى.

تأكيد دور المرآة داخل الأسرة كزوجة وأم تتولى تنشئة ورعاية الجيل الجديد ، وتأكيد دورها في بناء المجتمع باعتبارها نصف هذا المجتمع.

التنبيه إلى خطورة التركيز على إبراز النماذج السلبية للمرآة التي تصورها صورة المستهترة أو السلبية أو المغلوبة على أمرها.. وإذا كانت هناك نماذج من هذا السلوك داخل الدراما فيجب آن يتم التعامل معها باعتبارها حالات فردية وليست حكما عاما على المرآة.. لأن ذلك بسيئ إلى صورة المرآة أمام

الرأى العام المصري والعربي ولذا يجب أن تركز البرامج والأعمال الدرامية على كل ما يرسخ القيم فى نفس الطفل منذ نعومة أظافرة وعلى كل ما يساعد على تنشئته كانسان سوى قادر على اكتساب صفة النضج والتفاعل مع وطنه ومجتمعه فلا تتضمن البرامج والتمثيليات ما يستهين بعقله أو يسطح أفكاره كما يتعين أن تتضمن هذه الأعمال نماذج كثيرة من القدوة الطيبة التي تتغلغل في وجدان الطفل.

(جـ) الجيران :

الدعوة إلى الحفاظ على حقوق الجار وحسن التعامل معه تأكيدا للترابط بين أبناء المجتمع حتى يكون كل أفراده كالبنيان المرصوص يشد بعضه بعضا.

(د) الطرائف والفئات :

تجنب كل ما يسئ لأية طائفة أو فئة أو مهنه في كافه الأعمال الإذاعية والتليفزيون النوعيية وفى حاله التصدي للنماذج السلبية هنا أو هناك ينبغي أن يتم ذلك في إطار تأكيد أن هذه النماذج السلبية ما هي إلا استثناء من القاعدة.

(هـ) الشباب :

إتاحة الفرصة أمام الشباب وخاصة المبدعين منهم باعتبارهم نصف الحاضر وكل المستقبل والتركيز على النماذج الإيجابية التي تصلح لان تكون قدوه يحتذي بها مع كشف المزا لق التي يتعرض لها الشباب

وبصفه عامه تطرح القضايا المرتبطة بالشباب كالبطالة والإدمان والتطرف والانحراف واللامبالاة بأكبر قدر من التنوع والعمق مع البعد عن المباشرة و اللهجة الخطابية الوعظية.

(و) الانتماء :

تعميق مشاعر الانتماء لدى المواطن بحيث تتجسد فى تصرفاته ومواقفه وذلك بإبراز الايجابيات العديدة فى المجتمع وعدم التركيز على السلبيات وحدها وتحويلها الى ظواهر عامه تحكم المجتمع كله وإبراز النماذج الطيبة من المواطنين الذين يترجمون انتماءهم بمواقف وسلوكيات واضحة و إلقاء الأضواء على فترات وشخصيات بارزه من التاريخ تؤكد الانتماء للوطن والعطاء بغير حدود...

(ز)تكريم الإنسان :

الامتناع عن التعرض لذوى العيوب الخلقية أو العاهات انطلاقا من تكريم الله للإنسان وإلا تنزلق الكوميديا بحثا عن الإضحاك الى المساس بهذه الفئات و إذا كان الله سبحانه وتعالى قد كرم الإنسان وسخر له ما فى الكون فأحرى بالإنسان نفسه الا يعرض إنسانا أخر للسخرية أو الاستهزاء سيفجرح مشاعره.

(ح) قيمه العمل :

١ ـ إحترام جميع المهن الشريفة والتعامل معها على قدم المسا واه فالعمل شرف مثلما هو واجب وإذا استدعيت الضرورة الفنية تقديم نماذج سلبية من العاملين فى مهنه ما فمن الضرورى تقديم ما يؤكد أن هذه النماذج مجرد حالات فرديه لا تمثل مجموع العاملين فى هذه المهنة.

٢ـ تشجيع العمل الحر بكل أشكاله دون التقيد التقليدى بالعمل الحكومى والمكتبي فى ضوء احتياجات خطط التنمية.

٣ـ الدعوة إلى إتقان العمل و السعى الى تطويره كهدف عظيم فى معركة الإنتاج وبناء الاقتصاد عملا بقول الله سبحانه وتعالى (وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون) وقوله جل وعلا (انا لا نضيع اجر من أحسن عملا) وإستجابة لقول رسول الله صلى الله عليه وسلم ان الله يحب إذا عمل أحدكم عملا أن يتقنه.

٤ـ مراعاة الموضوعية والتوازن عند تقديم أعمال تتصدى لدنيا المال ورجال الأعمال وإدراك أن نموذج رجل الأعمال المنحرف لا يمكن أن يكون تعبيراً صادقا عن كل رجال الأعمال فالى جانب هذا النموذج الشريفة التى يودى وجودها الى تعميق العمل الدرامي وإزالة الشبهه تعميم النموذج المنحرف على كافه رجال الأعمال مع الإشارة إلى النماذج الطيبة اثناء صراعها مع النماذج غير الشريفة داخل الدراما.

(ط) قضايا الانحراف والفساد :

عدم المبالغة فى تصوير حالات الفساد والانحراف بشكل مبالغ فيه يوحى بأنها قد أصبحت ظاهره لا علاج لها مما يحبط الأجيال الجديدة ويوثر على فرص

الاستثمار فيها والتأكيد على الجهود التي تبذل للتصدي لنماذج الانحراف وحماية المجتمع منها
والحرص دائما على تقديم الصورة الصحيحة الموضوعية المتوازنة التى تبرز الايجابيات والسلبيات على السواء.

(ى) التنمية والبناء :

إبراز قيمه العمل والإنتاج والاهتمام بتأكيد الثقة فى الإنتاج الوطني مع مواصله إثارة الوعي لدى الجماهير بترشيد الاستهلاك فى مختلف المجالات كالطاقة والمياه والغذاء وغيرها وتشجيع الجهود الذاتية والمبادرات الفردية أو الجماعية لتكون جنبا الى جنب مع العمل الحكومى فى تحمل مسئوليه البناء و التنمية باعتبارها القضايا الرئيسية التى تواجه المجتمع فى مسيرته نحو البناء والتقدم بما تتضمنه من تنظيم للأسرة وارتقاء بخصائص السكان ورفع مستوى الخدمات فى الأقاليم لإيقاف ظاهره الهجره منها إلى العواصم.

(ك) البيئة :

الدعوة الى المحافظة على البيئة ومواردها المختلفة والعمل على زيادة نسبه الخضرة وتقليص عوامل التلوث مع المقارنة بما تفعله المجتمعات المتقدمة فى سبيل الحفاظ على بيئتها.

(ل) الوقت :

التركيز على أهمية عنصر الوقت من منظور عملى يترجم هذا الإدراك الى سلوك حقيقى يتمثل فى تحويل الساعات والدقائق و الثوانى إلى مقابل موضوعى من العمل والانتاج او الترفيه....

ثالثا : محاذير عامه :

يجب أن تتلخص الأعمال الإذاعية والتليفزيونية خاصة الأعمال الدرامية من تقديم الممارسات التالية بصوره تدعو الى الإعجاب بها أو تقليدها :

القسم الأول بغير الله أو الإكثار منه بصوره تقلل من جلاله

٢- الكذب والنميمة والوصولية المكيافيللية لتحقيق النجاح فى إطار قد يثير الإعجاب بها كأسلوب.

٣- تقديم الشخصيات المنحرفة في إطار يثير الإعجاب بها.

٤- الجشع والطمع
٥- التحرر الاخلاقى المبالغ فيه على حساب التقاليد
٦- العنف بكل مظاهره (لمجرد الإثارة)
٧-السلبيه واللامبالاة
٨- الأنانية والنظرة الضيقة من خلال المصلحة الخاصة على حساب المصلحة العامة.
٩- عدم احترام الوقت.
١٠- عدم الوفاء بالعهد.
١١- الثأر والانتقام.
١٢- الادعاء والغرور
١٣- التشاؤم والانطواء.
١٤- النظرة المادية البحتة للأمور على حساب الجوانب الروحية والإنسانية.
١٥- التساهل فيما يمس الكرامة والشرف.
١٦- التلصص على أسرار الأخريين وإفشاؤها.
١٧- عدم الحفاظ على أسرار الجميع.
١٨- اليأس والإحباط لأقل الأسباب.
١٩- سوء الظن بالآخرين وبالمجتمع.
٢٠- ترويج الإشاعات من باب الادعاء بالعلم وإظهار الأهمية.
٢١- الدجل والشعوذة والسحر.
٢٢-الخيانة بكل جوانبها.
٢٣- الانتحار.
٢٤- الإسراف.
٢٥-المباهاه بالمنتجات الأجنبية.
٢٦-التقليد الأعمى لكل ما يحدث ى المجتمعات الأخرى.
٢٧- التهرب من الضرائب.
٢٨- البيروقراطية وتعطيل مصالح الآخرين.
٢٩-تعمد إبراز مفاتن المرآة والرقص الذي يحرك الغرائز.

٣٠-السباب واستخدام الألفاظ البذيئة والجارحة.

٣١- الغش والخداع.

٣٢-الجبن وعدم المواجهة.

٣٣-عدم أداء الفرائض.

٣٤-الاستهتار بالعلم لحساب التواكل والغيبيات.

٣٥- عدم احترام الملكية العامة والخاصة.

٣٦- الاستهانة بالفشل وعدم النجاح.

٣٧- العجلة والتسرع.

٣٨- الكسل والإهمال والتواكل.

٣٩- الحقد وكراهية الآخرين.

٤٠- العلاقات الملتوية.

المراجـــــع

(1) Nimmo and sanders, " Handbook of Political Communiction" (Beverly Hils. Sage,1981),

(2) Ahmed Al-saeed. Faith and Rhetoric –Friday Speech as Political Communication, Aph. D.Dissertation Submitted to the University of Wales colledge of Cardiff, U.K., May, 1993, (3) Denton, Robert E. & Woodward Gary C (1990) Political Communication in Americ , New York: Preager,

(٤)محمد بن مسعود البشر " مقدمة في الاتصال السياسي"

(٥) حمدي فؤاد " المحرر الدبلوماسي " (القاهرة : مطبعة أطلس ١٩٧٦)

(٦) إجلال خليفة ، اتجاهات حديثة فى فن التحرير الصحفي ، جـ٢

(القاهرة : الأنجلو المصريـة ، ١٩٨٥).

(٧) راوول جونة ، موجز الدبلوماسية ، ترجمة سموحي فوق العادة وقاسم مردم

(دمشق : المطبعة الهاشمية ، ١٩٧٤)

(٨) عبد اللطيف حمزة " قصة الصحافة العربية فى مصر "

(القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٧٩)

(١٠) الأهرام " نشرة معلومات الأهرام " مجلة فصلية ، عدد نوفمبر ، ديسمبر ١٩٩٤

(11) Stocking , S. and Grass" How Do Journalists Think? A Proposal For The Study Of Cognitive Bais In News Making .In: Eric Clearing House On Reading Communication Skills, 1989 ,

(١٢) محمد سيد محمد " الدور الوظيفي للصحافة المحلية في التنمية الشاملة " جريدة بني سويف ومؤسسة فريدريش ايبرت في الفترة من ٢٤- ٢٦ ، ديسمبر ١٩٨٦ ،

(13) Fink, Conard C " Media Ethics in News Room and Peyond " (New York McGraw Hill Company , 1988)

(١٤) عبد الفتاح عبد النبى " تأثير وسائل الإعلام على سلوك الأفراد في القرية المصرية " مجلة البحوث الإعلامية ، العدد التاسع والعاشر ، الجماهير الليبية ،١٩٩٦ ،

(15) Walter Phillip Davison " Mass Communication and Conflict Resolution : The Role Of The Information Media In The Advancment of International Understanding " (New York : Praeger Publishers, 1974), .

(١٦) ولبرشرام " أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية " ترجمة محمد فتحى (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر ١٩٧٠)

(١٧) جيهان رشتى " الأسس العلمية لنظريات الإعلام " (القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٧٥)

(18) Fink, Conard C. " Media Ethics in News Room and Peyond " , Op .Cit.

(19) Fink, Conard C. " Media Ethics in News Room and Peyond " , Op .Cit .

(٢٠) سعد لبيب " حق المواطن في الإعلام لماذا وكيف "(القاهرة : الهيئة العامة للاستعلامات، مجلة النيل ، العدد رقم ٤٤، ١٩٩٤)

(٢١) محمد بن سعود البشر " المسئولية الاجتماعية في الإعلام ، النظرية وواقع التطبيق " ط١ (الرياض: دار عالم الكتب، ١٩٩٦) .

(٢٢) مرفت الطرابيشي " أخلاقيات الممارسة الصحفية في الصحف المصرية ، دراسة تحليلية لطبيعة الأداء الصحفي بجريدة الأخبار المصرية والأنوار اللبنانية " مجلة كلية الآداب والعلوم الانسانية ، جامعة المنيا ، المجلد رقم ٢٩ ، إبريل ٢٠٠٠

(٢٣) عبد الفتاح عبد النبي " سوسيولوجيا الخبر الصحفي " دراسة في انتقاء ونشر الأخبار " (القاهرة : العربي للنشر ،١٩٨٩) .

(٢٤) عبد الفتاح عبد النبي " الإعلام وجرائم البيئة الريفية " (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ، ١٩٩٤)

(٢٥) محمد عتران " دور الاتصال في عملية المشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية " رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩١،

(٢٦) السيد بخيت " العمل الصحفي فى مصر " دراسة سيسولوجية للصحفين المصريين " (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ، ١٩٩٨)

(٢٧) عبد الفتاح عبد النبي " الإعلام وهجرة المصريين ، دراسات في الإعلام التنموى"(القاهرة : مكتبة النهضة المصرية ١٩٨٩)

(٢٨) جيهان مكاوي " حرية الفرد وحرية الصحافة "(القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ،١٩٨١) .

(٢٩) انظر فى ذلك :

أ- سعيد السيد " الضغوط المهنية والإدارية على القائم بالاتصال " المجلة العلمية لكلية الإعلام ، العدد الأول ، يوليو ١٩٨٩،

ب- إيناس أبو يوسف " العوامل المؤثرة فى معالجة القضايا العربية في الصحافة المصرية " المجلة المصرية لبحوث الرأى العام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الثالث يوليو – سبتمبر ٢٠٠٠،

ج- ألفت أغا " القئمون بالاتصال وقضايا التنمية " دراسة ميدانية لعينة من القائمين بالاتصال فى المجتمع المصري " رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، القاهرة: كلية الآداب ، قسم الاجتماع ، جامعة القاهرة ١٩٩١ ،

(٣٠) عبد الفتاح عبد النبى " سوسيولوجيا الخبر الصحفي ، دراسة فى انتقاء ونشر الأخبار " مرجع سابق ،

(٣١) عبد الفتاح عبد النبي " تكنولوجيا الاتصال والثقافة بين النظرية والتطبيق " (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ، ١٩٩٠ ،

(٣٢) عبد الفتاح عبد النبي " الأداء المهنى للعاملين بالصحف المصرية " مجلة اليقظة العربية ، العدد الثامن ، أغسطس ١٩٩٠،

(٣٣) عبد الفتاح عبد النبى " الإعلام وهجرة المصريين ، دراسات في الإعلام التنموي " (القاهرة : النهضة للنشر والتوزيع ، ١٩٨٨)

(٣٤) عبد الفتاح عبد النبي " التناول الاعلامي لجرائم النخبة دراسة للنموذج المصري في الثمانيات " (القاهرة : الثقافة للنشر ١٩٩٣)
(٣٥) مصطفي محمود أبو بكر ، عبد الله بن عبد الرحمن البريدي . الاتصال الفعال مدخل استراتيجي سلوكى لجودة العلاقات في الحياة والأعمال ، (الأسكندرية ، الدار الجامعية ، ٢٠٠٧) ،
(36) Hiebert , Rayeldon Vngurait , Donald F . & Bohn , Mass Media Iv : An Introuduction to Modem Communication, New York : Longman , 1985 P.4.
(37) York Van Korff " Egyptian Press Journalists Professional , Standards and The Challenge of Privatization " Op. Cit.,
(38) William A . Rough " The Arab Press in the Arab World", Op . Cit .
(٣٩)محمد أبو العلا أحمد : علم النفس العام (القاهرة : مكتبة عين شمس، ١٩٩٦)
(40) Michal Mam cedr) : Mecmillon Studant Encmillon Student of Sociology (London : Mecmillan Press . 1987) Ppgo
(٤١) محمد عبد الغنى : مهارات الاتصال (القاهرة : مركز تطوير الأداء والتنمية، ١٩٩٩) ،
(٤٢) منير حسن جمال خليل ، برنامج تدريس عن تنمية المهارات المعرفية وآثارها على الأداء الوظيفي (السعودية ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية) .
(٤٣) حمود بن عبد العزيز البدر ، محاضرة حول : " تقييم وقياس الأداء" (السعودية ، جامعة نايف العربية العلوم الأمنية ، ٧/٧/ ٢٠١٠ م) .
(٤٤) بميك : البرنامج التدريبي : مهارات التقديم والعرض (الجيزة : مركز الخبرات المهنية للإدارة ، ٢٠٠٥).

(٤٥)شريف الحموى : مهارات الاتصال ، (الأردن : عمان ، دار يا ما العلمية للنشر والتوزيع ، ط ٢ ، ٢٠٠٦)

(46) Bernal Moss : Communication Skills for Health and Sociol care . (London s Sage Pup lications 2008)

(٤٧) السيد متولي العشماوى : " تقدير مستوي الإصغاء لدي بعض الأخصائيين المتعاملين مع بعض الحالات الفردية بالمجال التعليمي " ، المؤتمر العلمي التاسع لكلية الخدمة الاجتماعية ، جامعة القاهرة ، الفيوم : ١٩٩٦ .

(٤٨) عبد المنعم حفني : موسوعة على النفس التحليلي (القاهرة : مكتبة مدبولي ، ١٩٧٨)

(٤٩) عبد المنعم ثابت المنهج التخطيطي لمهارات الإتصال ، (القاهرة ، بدون دار النشر) ،

(٥٠) مصطفى محمود أبو بكر ، عبد الله بن عبد الرحمن البريدي ، الاتصال الفعال مدخل استراتيجي سلوكى لجودة العلاقات والأعمال فى الحياة ، (الإسكندرية : الدار الجامعية ، ٢٠٠٧)

(51) Alan Clarke : E – Learing Skills , (London : Palgrave Mecmillan k 2004)

(٥٢) أمين محمد أبو ريا : فن التعامل مع الآخرين (جدة : مركز التدريب بالغرفة التجارية الصناعية ، ١٩٩٣).

(٥٣) عبد الستار إبراهيم ورضوي ابراهيم : علم النفس أسسه ومعالم دراسته (الرياض : دار العلوم للطباعة والنشر ، ط ٣ ، ٢٠٠٣).

(٥٤) مصطفى أبو بكر : التفاوض الناجح – مدخل استراتيجي سلوكى (الاسكندرية : الدار الجامعية ، ٢٠٠٤) .

(٥٥) إبراهيم بن محمد المزيني : التعامل مع الآخر – شواهد تاريخية من الحضارة الاسلامية ، مركز الملك عبد العزيز الحوار الوطنى ، (الرياض : المملكة العربية السعودية) .

(٥٦) فاطمة عطية : التعامل مع الآخرين (وكالة الغوث الدولية ، ٢٠٠٢) .

(57) Bernard Moss : Communication Skills For Health and Social care , Opcit
(58) Alan Clarke : E – Learing Skills , (London : Palgrave Mecmillan k 2004)
(59) Bernard Moss : Communication Skills For Health and Social care, Opcit,
(٦٠) أحمد شفيق السكري . قاموس الخدمة الاجتماعية والخدمات الاجتماعية (الاسكندرية : دار المعرفة الجامعية ، ٢٠٠٠)
(٦١) الشركة السعودية لتنمية الكفاءة البشرية : البرنامج التدريبي : مهارات الاتصال الفعال ، (الرياض HRD ، ٢٠٠٥) ،
(٦٢) د/ نبيل راغب . لغة التعبير بالجسد فى الفن والتجارة والسياسة (القاهرة ، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع ١٩٩٨) ،
(٦٣) ألن بيز : لغة الجسم ، كيف تقرأ أفكار الآخرين من خلال ايمائتهم ، ترجمة سمير شخاتى ، (بيروت : دار الأفاق الجديدة ، ١٩٩٤) ،
(٦٤) توتاليتى : البرنامج التدريبي : مهارات الاتصال الفعال (القاهرة : شركة الخبرات الدولية المتكاملة ، ٢٠٠٥) .
(٦٥) جوليس فاست : لغة الجسم ، مجلة كل الأسرة ، العدد ٨٥ ، الإمارات ١٩٩٥.
(٦٦) جون هاس : لغة الجسد والحوار الصامت ، ترجمة محمد أحمد عبد الرحمن ، مجلة الوعى الاجتماعى ، جمعية توعية ورعاية الأحداث ، ع ١٥ دبي ٢٠٠٠ .
(٦٧) عبد الله بن عبد االكريم السالم . أهمية لغة الجسد في الاتصال مع الآخرين " مجلة الإدارة المجلد ٣٣ ، العددان ، ٣ ، ٤ القاهرة يناير وإبريل ٢٠٠١ .
(٦٨) حسين حريم ، السلوك التنظيمي (عمان : دار زهران ، ١٩٩٧) ،
(٦٩) محمد على الخولي . الحياة مع لغتين ،(الكويت : دار الفلاح ١٩٩٠) ،
(٧٠) عبد الستار إبراهيم ورضوي إبراهيم : " علم النفس أسسه ومعالم دارساته (الرياض : دار العلوم للطباعة والنشر ط٣ ٢٠٠٣) .

(٧١) محمد كشاش : لغة العيون (بيروت : المكتبة العصرية للطباعة والنشر ، ١٩٩٩)

(٧٢) إيناس زيادة : كيف تقرأ أفكار الآخرين وحركات الجسم (بيروت : عالم الكتب ، ط ٢ ، ١٩٩٩) ،

(٧٣) سامي سعيد محمد جميل : لغة الإشارة بين الواقع وتحديات القرن الحادي والعشرين ، المؤتمر القومي السابع للاتحاد هيئات رعاية الفئات الخاصة والمعوقين ، " القاهرة : ١٠ ديسمبر ١٩٩٨ " .

(٧٤) أحمد عطية الله . سيكولوجية الضحك ، (القاهرة ، دار إحياء الكتب العربية ١٩٧٤)،

(٧٥) مدحت محمد أبو النصر . لغة الجسم ، دراسة فى نظرية الاتصال الانساني غير اللفظى (القاهرة : مجموعة النيل للعربية ، ٢٠٠٦ ، ط ١)،

(٧٦) شاكر عبد الحميد : الفكاهة والضحك رؤية جديدة (الكويت : سلسلة عالم المعرفة ٢٠٠٣) ،

(٧٧) السيد متولي العشماوى : " تقدير مستوي الإصغاء لدي بعض الأخصائيين المتعاملين مع بعض الحالات الفردية بالمجال التعليمي " ، المؤتمر العلمي التاسع لكلية الخدمة الاجتماعية ، جامعة القاهرة ، الفيوم : ١٩٩٦ .

(٧٨) محمد عبد الغني حسن : مهارات الاتصال (القاهرة : مركز تطوير الأداء والتنمية ١٩٩٩)،

(٧٩) مدحت محمد أبو النصر . لغة الجسم ، دراسة فى نظرية الاتصال الانساني غير اللفظى ،

(٨٠) مدحت محمد أبو النصر . إدارة اجتماعات العمل بنجاح (القاهرة : مجموعة النيل العربية ٢٠٠٦) .

(٨١) ج بيرنبيرغ وه. كاليرو : كيف تحلل شخصية جليسك من خلال حركاته (دمشق : دار الرشيد ، ١٩٩٨) .

(٨٢) مدحت محمد أبو النصر : اكتشف شخصيتك وتعرف على مهارتك في الحياة والعمل ، (القاهرة : إتيراك للطباعة والنشر ، ٢٠٠٢) .

(٨٣) محمد عبد الغنى حسن : مهارات الاتصال (القاهرة : مركز تطوير الأداء والتنمية ، ١٩٩٩).
(٨٤) سامية لطفى وعزة على : تاريخ وتطور الملابس عبر العصور (الاسكندرية : جامعة الاسكندرية ، ط ٢ ، ١٩٩٢) .
(٨٥) بميك : البرنامج التدريبي : مهارات التقديم والعرض (الجيزة : مركز الخبرات المهنية للإدارة ، ٢٠٠٥).
(٨٦) يوسف أسعد : الشخصية المحبوبة (القاهرة : نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع ، ١٩٩٩)
(٨٧) عبد اللطيف حمزة : الإعلام فى صدر الإسلام، (القاهرة: دار الفكر العربى
(٨٨) خالد محمد خالد : رجال حول الرسول ، (القاهرة : دار الريان للتراث ١٩٨٧)
(٨٩) محمد سيد محمد :المسئولية فى الإسلام ، (الرياض : مكتبة الخانجى، ط١، ١٩٨٣)
(٩٠) إبن هشام:السيرة النبوية ، تحقيق : مصطفى السقا وأخرين ، ج٢ (القاهرة : مكتبة دار التراث)
(٩١) عبد المجيد شكرى : الإعلام الإسلامى الواقع .. التحديات المستقبل ، (القاهرة : مكتبة العربى للنشر والتوزيع)